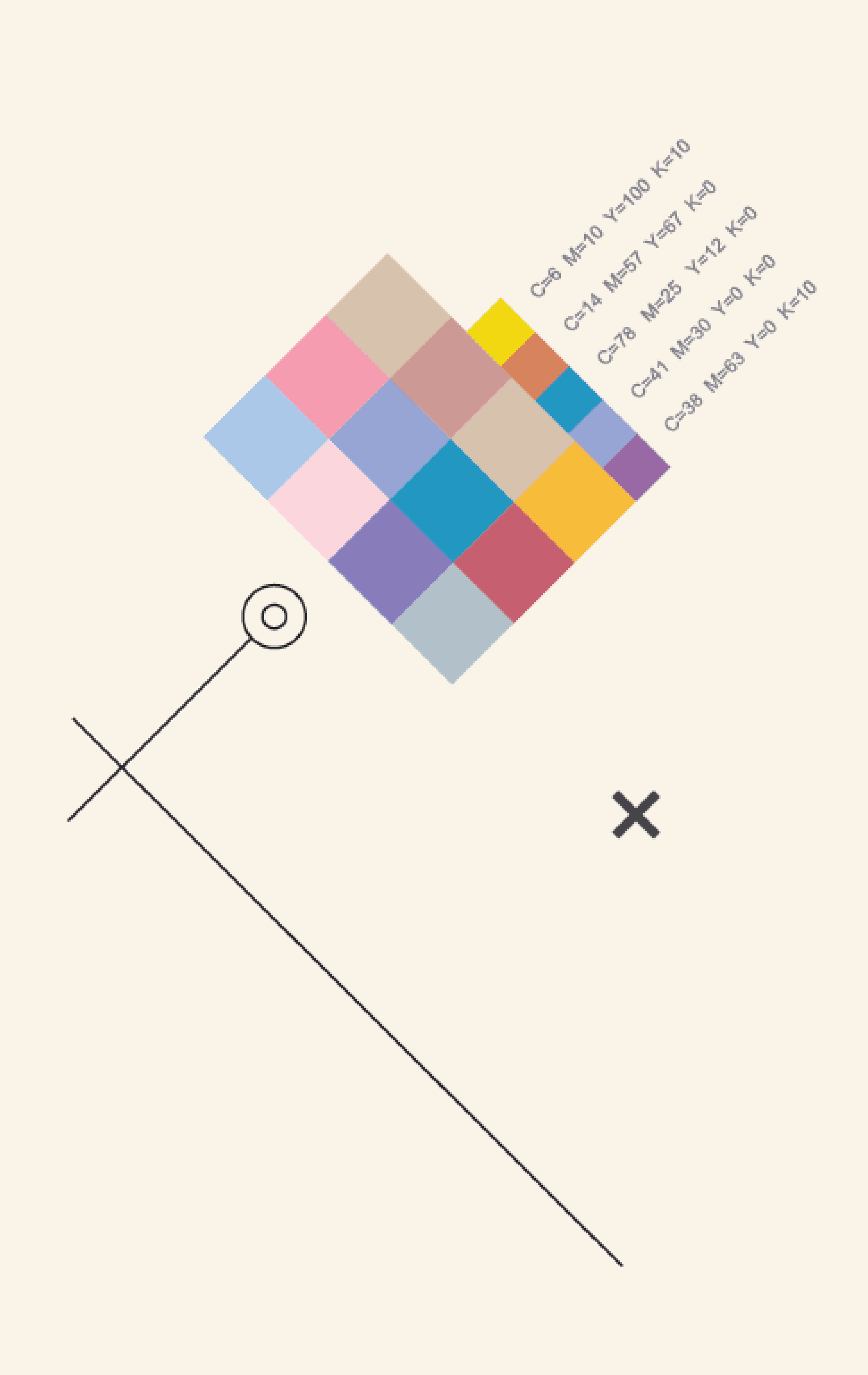
写给设计师的书

TO DESIGNER

综合色彩设计手册

郭 书 编著



用心配色，用心设计，带领读者走进视觉艺术的殿堂！





清华大学出版社

写给设计师的书

综合色彩设计手册

郭 书 编著

清华大学出版社
北京

内容简介

本书是一本全面介绍商业色彩设计的图书，突出知识易懂、案例趣味、动手实践、发散思维。

本书从学习色彩设计的基础知识入手，循序渐进地为读者呈现一个个精彩实用的知识和技巧。全书共分为7章，内容分别为色彩的基本原理，色彩设计的基础知识，基础色，色相环、色彩对比、色彩搭配，色彩设计的应用行业，色彩设计的视觉印象，综合色彩的设计秘籍。同时，在本书第4～6章的各章末还特意安排了大型的“设计实战”，为读者详细分析一个完整的综合设计的思路、扩展等。并且在多个章节中安排了案例解析、设计技巧、配色方案、设计欣赏、设计实战、设计秘籍等经典模块，丰富本书结构的同时，也增强了实用性。

本书内容丰富、案例精彩、版式设计新颖，适合艺术设计专业初级读者学习使用，也可以作为大中专院校艺术设计专业及艺术设计培训机构的教材，也非常适合喜爱艺术设计的读者朋友参考阅读。

图书在版编目(CIP)数据

综合色彩设计手册 / 郭书编著. -- 北京：清华大学出版社，2018

（写给设计师的书）

ISBN 978-7-302-50244-9

Ⅰ. ①综… Ⅱ. ①郭… Ⅲ. ①色彩—设计—手册 Ⅳ. ① J063-62

中国版本图书馆CIP数据核字（2018）第114726号

责任编辑：韩宜波
封面设计：杨玉兰
责任校对：周剑云
责任印制：沈 露

出版发行：清华大学出版社
网 址：http://www.tup.com.cn， http://www.wqbook.com
地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084
社 总 机：010-62770175 邮 购：010-62786544
投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn
质量反馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn
印 装 者：北京亿浓世纪彩色印刷有限公司
经 销：全国新华书店
开 本：190mm×260mm 印 张：12.25 字 数：298千字
版 次：2018年7月第1版 印 次：2018年7月第1次印刷
定 价：69.80元

产品编号：076691-01



本书是笔者对从事设计工作多年的一个总结，是让读者少走弯路、寻找设计捷径的经典手册。书中包含了设计行业中色彩搭配必学的基础知识及经典技巧。身处设计行业，你一定要知道，光说不练假把式，本书不仅有理论、有精彩案例赏析，还有大量的模块启发你的大脑，锻炼你的设计能力。

希望读者看完本书后，不会说：“我看完了，挺好的，作品好看，分析也挺好的。”这不是编写本书的目的。我们希望读者会说：“本书给我更多的是思路的启发，让我的思维更开阔，学会了设计的举一反三，知识通过吸收消化变成自己的。”这是笔者编写本书的初衷。

本书共分 7 章，具体安排如下



第 1 章 色彩的基本原理，介绍色彩的形成、色彩的分类、认识色立体及 CMYK 颜色与 RGB 颜色等的知识。

第 2 章 色彩设计的基础知识，介绍色彩的属性，主色、辅助色、点缀色，色彩混合以及色彩感受方面的知识。

第 3 章 基础色，从红、橙、黄、绿、青、蓝、紫、黑、白、灰 10 种颜色逐一分析讲解每种色彩在设计行业中的应用规律。

第 4 章 色相环、色彩对比、色彩搭配，主要讲解色相环、色彩对比、色彩搭配的相关知识。

第 5 章 色彩设计的应用行业，其中包括 9 种常见行业的设计作品中颜色的应用。

第 6 章 色彩设计的视觉印象，包括 15 种不同的视觉印象所采用的色彩搭配方案。

第 7 章 综合色彩的设计秘籍，介绍了 9 种实用、简单的色彩搭配小技巧，让读者轻松愉快地学习完最后的部分。本章也是对前面章节知识点的巩固和理解，需要读者动脑筋去思考。

本书特色如下

◎ 轻鉴赏，重实践。鉴赏类书只能看，看后还是设计不好；本书则不同，增加了多个动手的模块，让读者边看边学边练。

◎ 章节合理，易吸收。第 1~4 章主要讲解色彩设计的基本知识，第 5~6 章介绍不同行业设计作品的颜色搭配以及常见的色彩视觉印象，最后一章以轻松的方式介绍 9 个设计秘籍。

◎ 由设计师编写，写给设计师看。本书针对性强，而且知道读者的需求。

◎ 模块超丰富。案例解析、设计技巧、配色方案、设计欣赏、设计实战、设计秘籍在本书都能找到，满足读者的求知欲。

◎ 本书是系列图书中的一本。在本系列图书中，读者不仅能系统地学习基础的色彩设计，而且还有更多的专业设计方向供读者选择。

希望本书通过对知识的归纳总结、模块的趣味讲解，打开读者的思路，避免一味地照搬书本内容，推动读者必须自行多做尝试、多理解，增强动脑、动手的能力。希望本书能激发读者的学习兴趣，开启设计的大门，帮助你迈出第一步，圆你一个设计师的梦想！

本书由郭书编著，其他参与本书编写的人员还有柳美余、苏晴、郑鹊、李木子、矫雪、胡娟、马鑫铭、王萍、董辅川、杨建超、马啸、孙雅娜、李路、于燕香、孙芳、丁仁雯、张建霞、马扬、王铁成、崔英迪、高歌。

由于编者水平有限，书中难免存在错误和不妥之处，敬请广大读者批评和指正。

编　者

目录



第2章
P/9
CHAPTER2
色彩设计的基础知识





第6章
CHAPTER6
P125
色彩设计的视觉印象

第7章 CHAPTER7 综合色彩的设计秘籍 P/175



第1章 色彩的基本原理

我们生活在一个多姿多彩的世界中，生活中的一切都与色彩息息相关。随着物质生活与精神生活的逐步提高，人们对色彩的认识与理解也在不断提高。色彩的搭配并不单单受经验、感觉的支配，它也是一门有规律可循的科学知识。因此在学习色彩搭配之前，有必要理解并了解一些色彩的基础知识。

本章主要讲述了色彩的基本原理，包括色彩的形成、色彩的分类和认识色立体等相关内容。通过本章的学习，可以了解关于色彩最常用、最基础的知识。





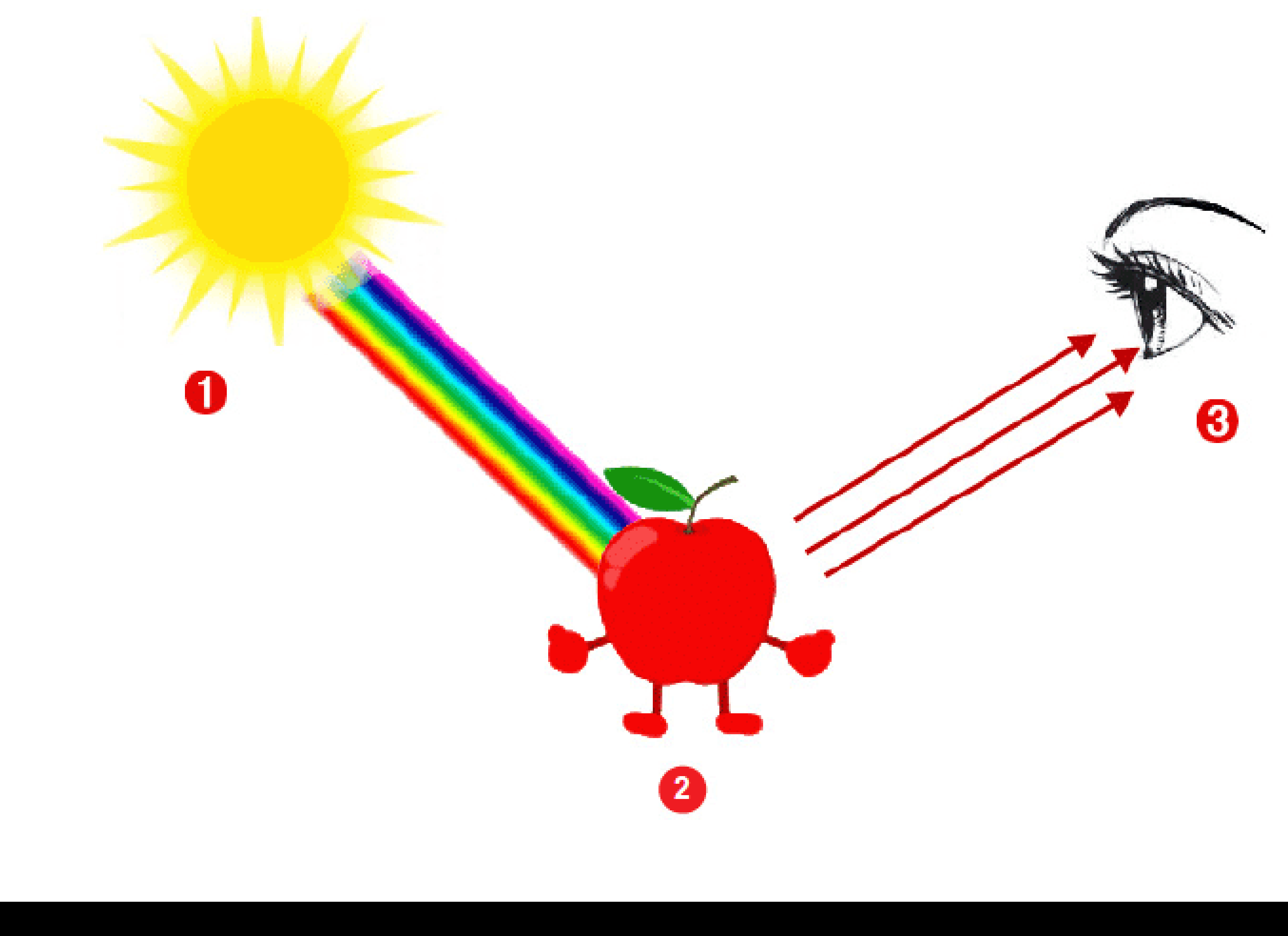


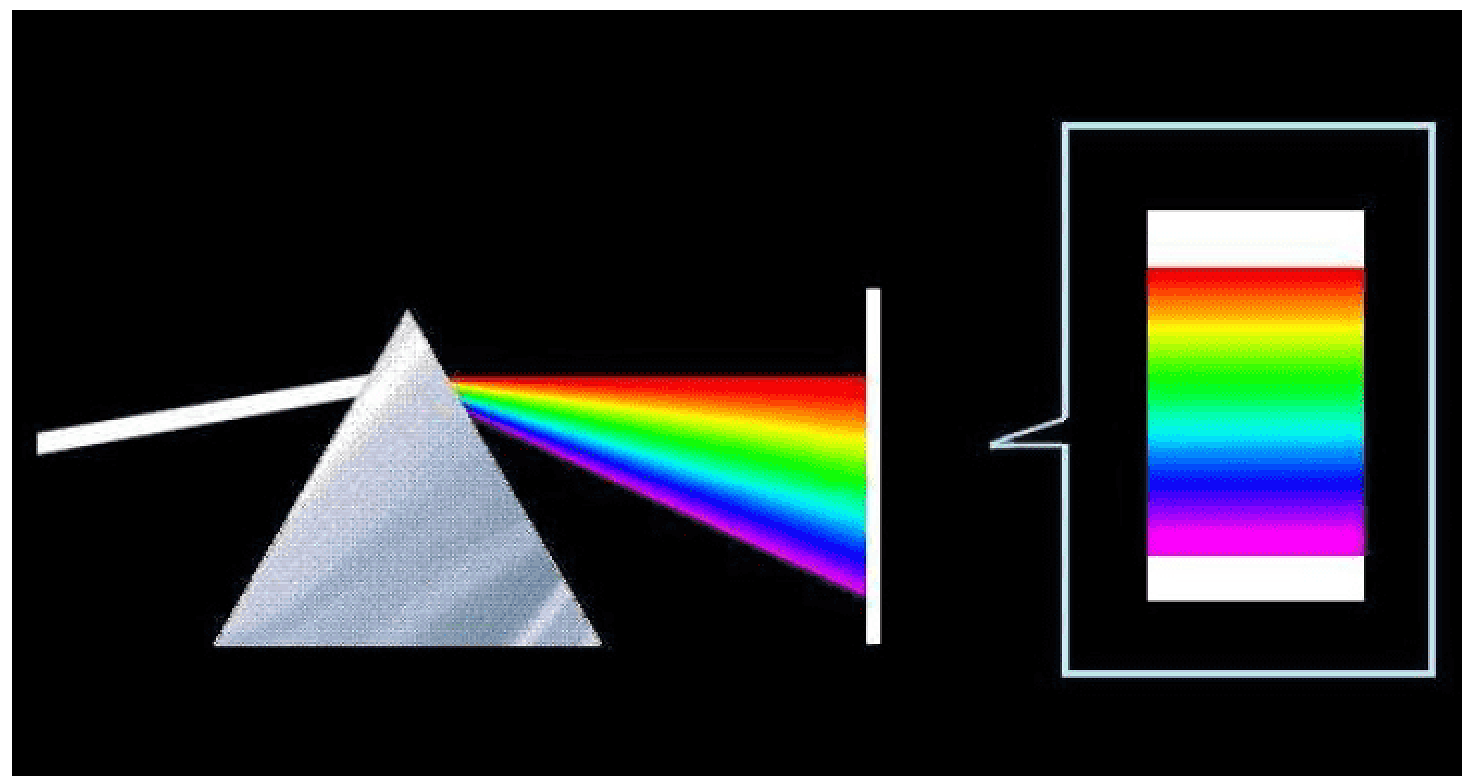


1.1 色彩的形成

光是人们感知色彩存在的必要条件，物体受到光线的照射而显示出形状和颜色，例如光照在红苹果上反射红色光，照在绿苹果上反射绿色光，我们的眼睛也是因为有光才能看见眼前的事物。

在科学意义上来说，光是指所有电磁波谱，它可以在真空、空气、水、玻璃等透明的物质中传播，人们看到的光可能来自于太阳或其他能够产生光的设备。早在 17 世纪，英国物理学家牛顿就利用三棱镜将太阳光分离成光谱，即红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七色光谱，由于不同波长的光折射系数不同，折射后颜色的排列位置也不相同。





1.1.1 光源色

光源色是指自身能够发光的物体所散发出的光的色彩。光源色有两种：一种为自然的光，如太阳光、月光等；另一种为人造光，如灯光、火光等。由于不同的光源其色相不同，且光波的长短、强弱、性质也有所不同，所以最后形成的色彩也会随之而发生变化，如台灯、吊灯、烛火等光源的光色均不同。例如常见的荧光灯为冷光源，烛光为暖光源。

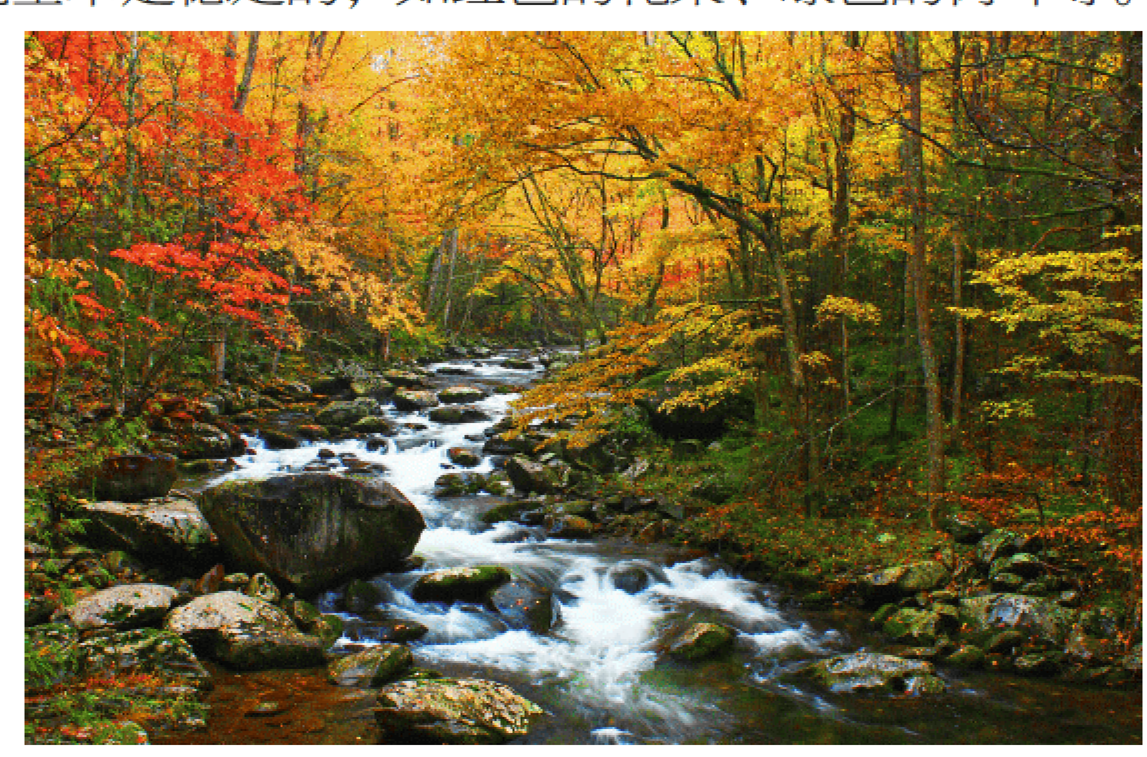




1.1.2 固有色

固有色指的是某一物体在正常日光的照射下所呈现出的色彩，如色彩不同的各类鲜花。自然界中的一切物体都有自己独有的属性，也有对太阳光固定的吸收特性，因此人们在标准的太阳光下看到的物体颜色基本是稳定的，如红色的花朵、绿色的树叶等。





1.1.3 环境色

环境色是指物体受周围环境所影响得到的颜色，如晴天、阴天、黄昏环境下的建筑呈现出的色彩是不同的，或者在日光、夜晚、烛光环境下的电子产品表面颜色也会有所区别。

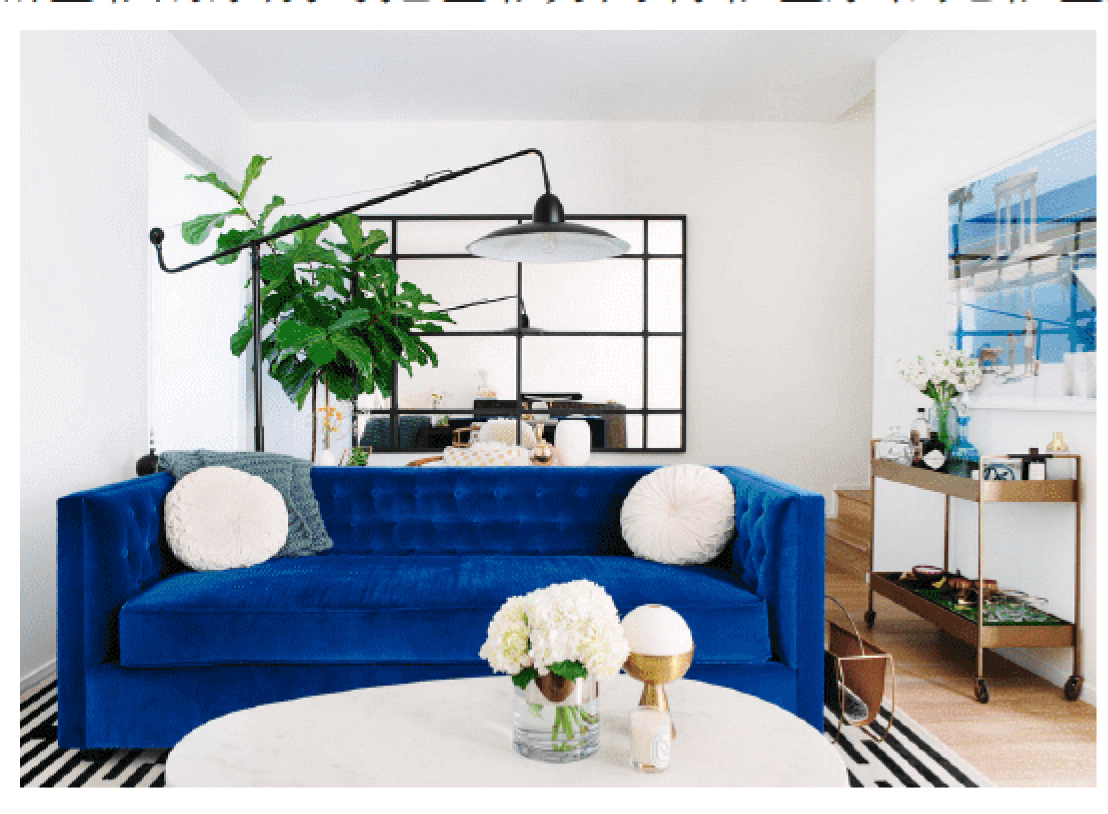
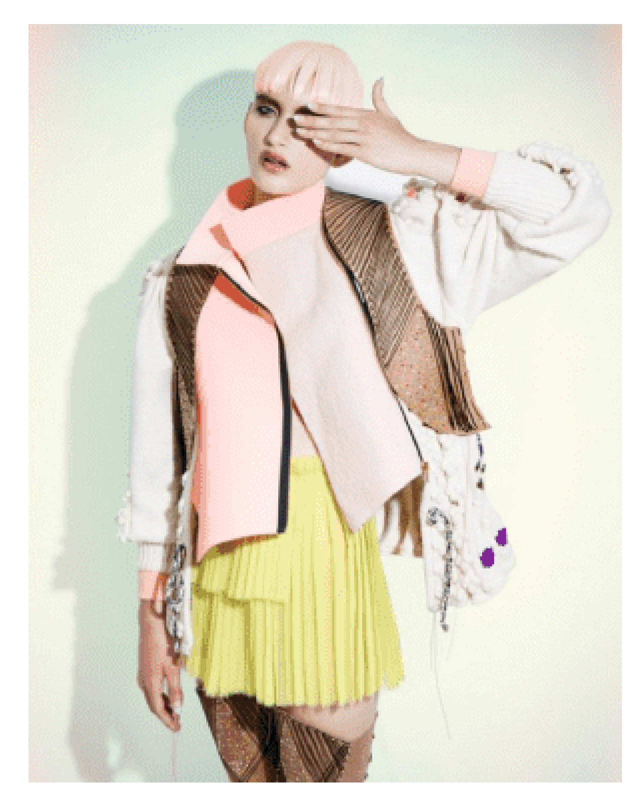
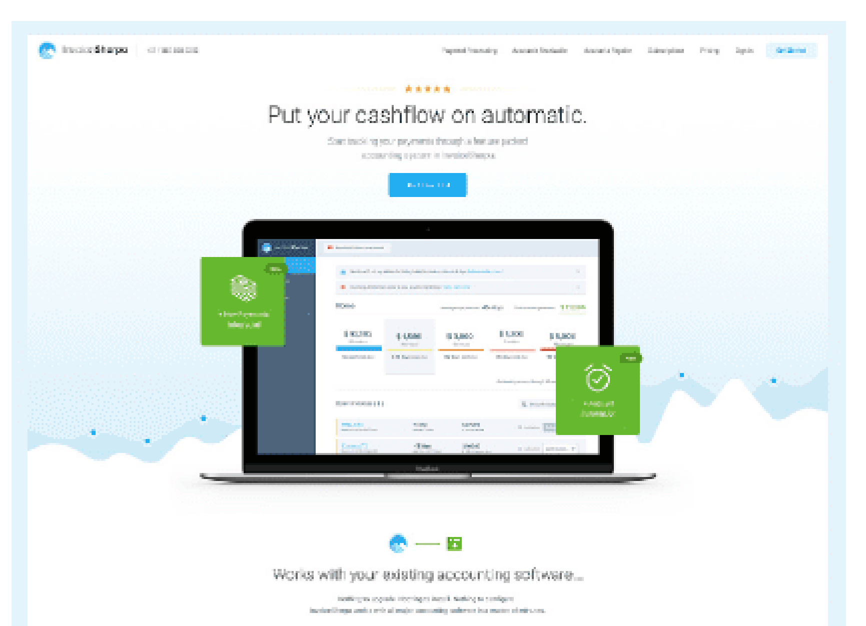


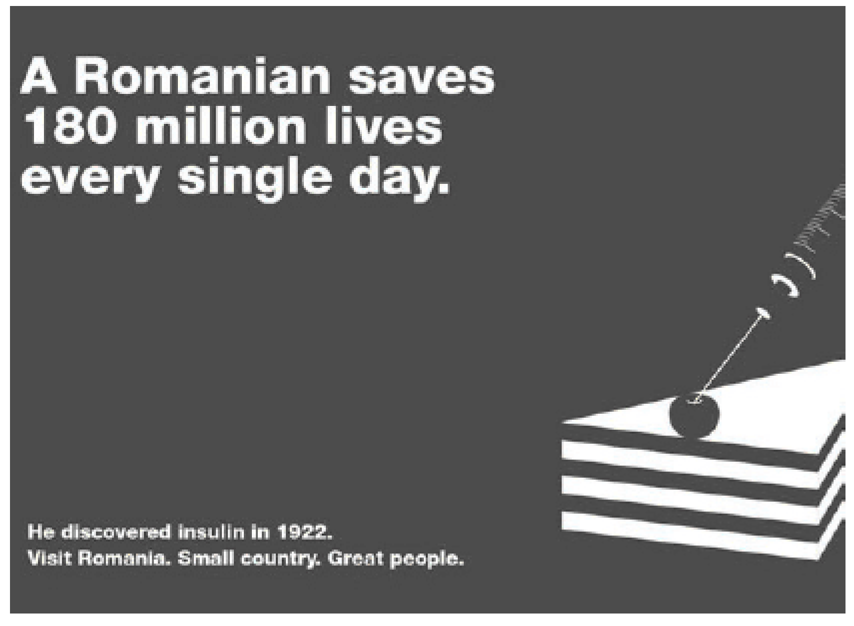


1.2 色彩的分类

人们的视觉能够感受到的色彩非常丰富，在生活中我们能够很轻松地分辨出各种颜色，如红的苹果、绿的叶子、蓝的天空、白色的墙壁。日常生活中的吃穿住行无一不被色彩所包围，如一些实用的生活物品、美观的室内设计、漂亮的服饰设计、吸引人的平面广告等，除了巧妙的外观、实用的性能外，还有迷人的色彩。色彩通过无穷的变换方式，还可以将高兴、悲伤、愤怒表现出来并影响人们的生活。

按照色彩的系别可把色彩分为有彩色系和无彩色系两大类。



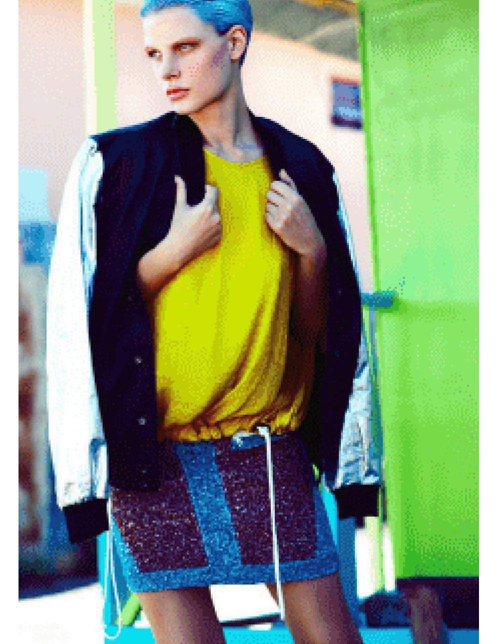




1.2.1 有彩色

凡带有某一种标准色倾向的色都称为“有彩色”。红、橙、黄、绿、蓝、紫为基本色，将基本色以不同量进行混合，以及基本色与黑、白、灰（无彩色）之间以不同量进行混合，会产生成千上万种有彩色。











1.2.2 无彩色

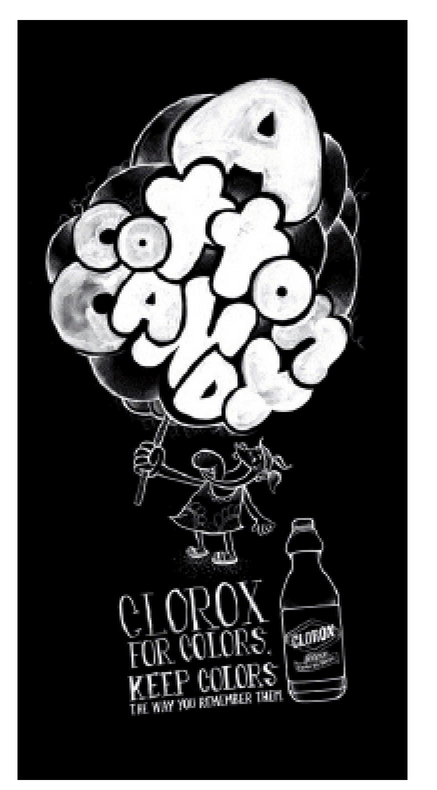
无彩色是指除了彩色以外的其他颜色，如黑色、白色及明度不同的灰色。无彩色的明度可以从 0 变化到 100，且彩度很小，接近于 0。







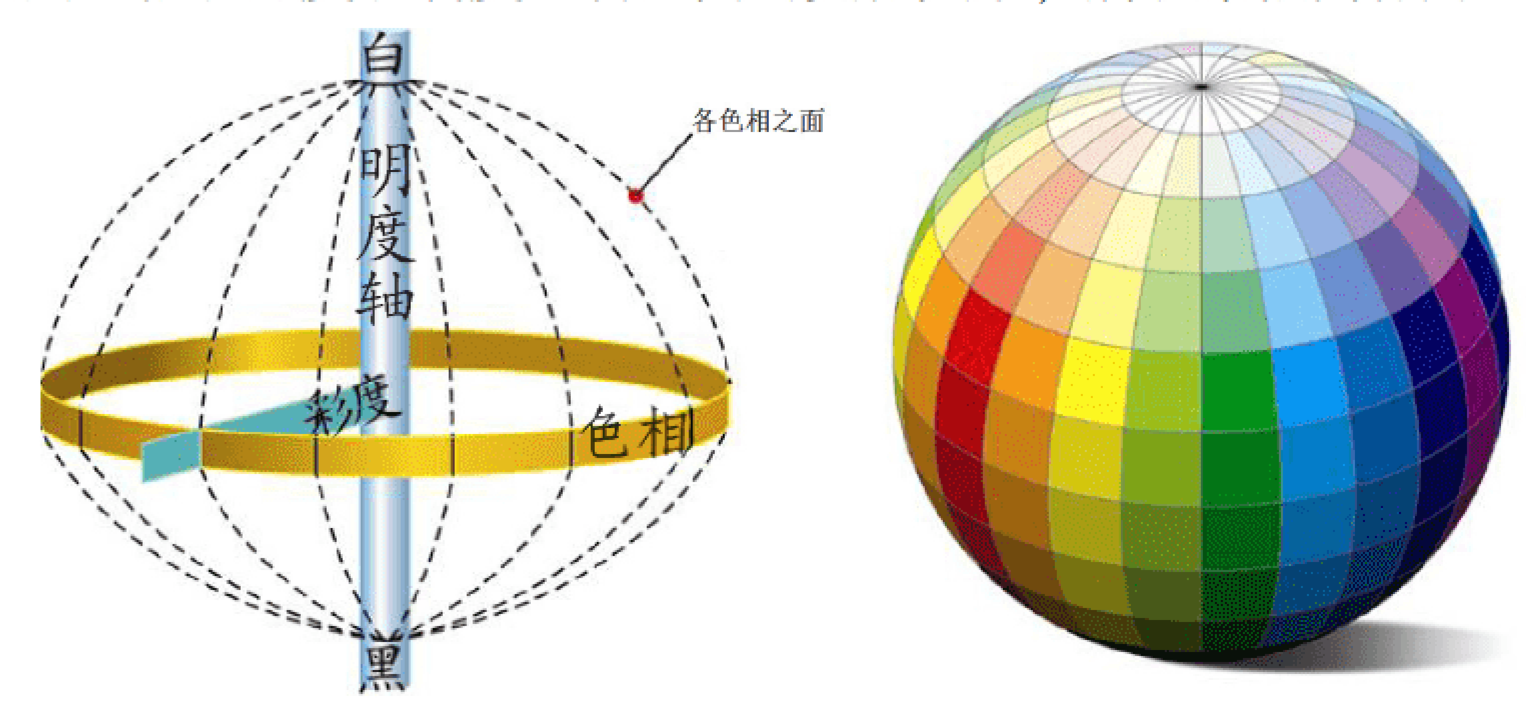




1.3 认识色立体

为了更直观且全面地表达色彩概念，人们将千变万化的色彩按照色彩的构成规律和特性加以命名，这就是色彩的体系。而建立色彩体系，对于研究色彩的表述以及实际应用都具有重要价值，它可以使人们更清楚地理解色彩和把握色彩的分类。

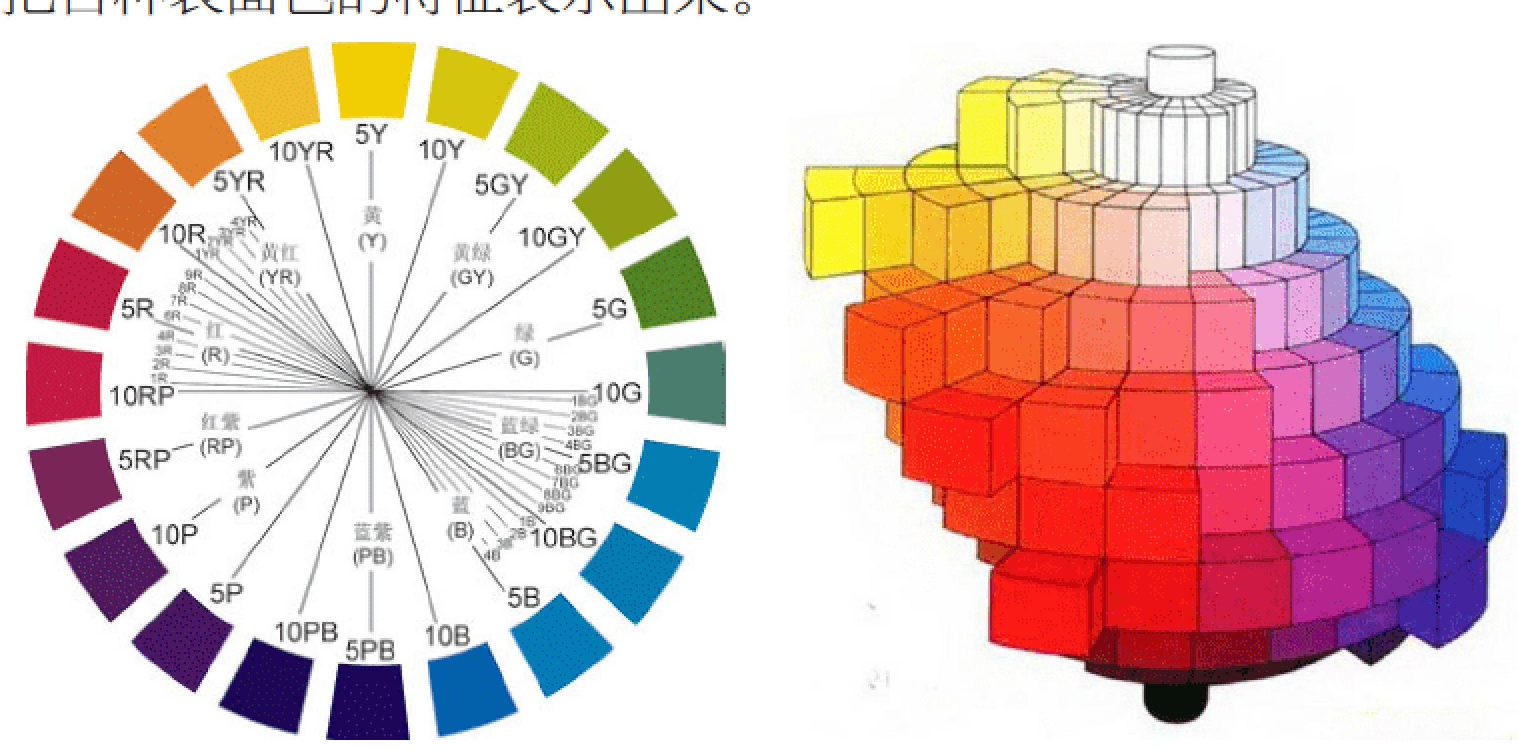
色彩的体系是需要把色彩三要素按照一定的顺序和联系进行整理、分类再组成，且色彩体系的外观是立体而又有明确标号的体系。这种体系常借助于三维的空间架构来同时表述出色相、纯度、明度三者之间的变化关系，所以常被简称为色立体。



1.3.1 色立体的分类

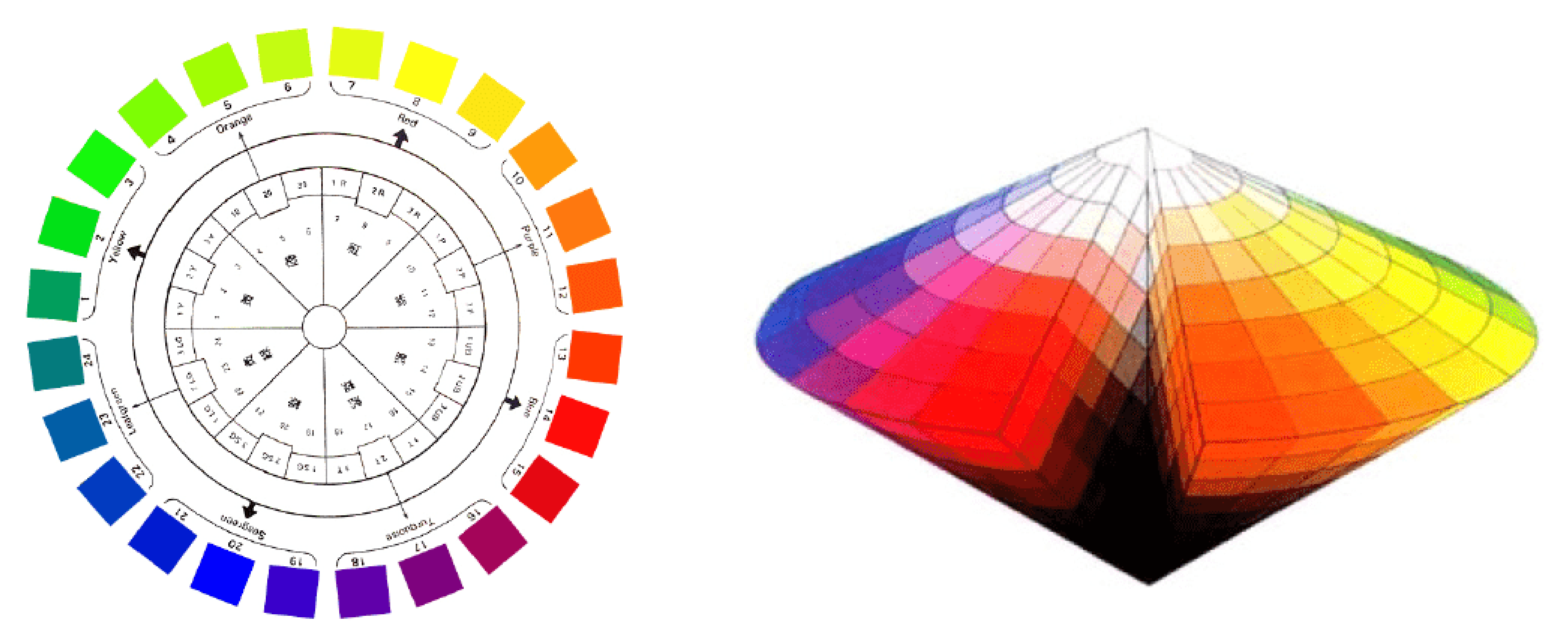
如今，比较常用的色立体可分为三类，即孟塞尔色立体、奥斯特瓦德色立体和日本研究所的色立体。其中应用最为广泛的是孟塞尔色立体，现在所用的图像编辑软件的颜色处理部分大多源自孟塞尔色立体的标准。下面简单介绍一下几种常见的色立体。

(1) 孟塞尔色立体：孟塞尔所创建的颜色系统是用颜色立体模型表示颜色的方法。由红、黄、绿、蓝、紫五种颜色组成，再加上它们的中间色相（黄红、黄绿、蓝绿、蓝紫、红紫）成为 10 色相，而每个色相又分为 10 个等分，总共有 100 个色相。它是一个三维类似球体的空间模型，把物体各种表面色的三种基本属性——色相、明度、饱和度全部表示出来。以颜色的视觉特性来制定颜色分类和标定系统，以按目视色彩感觉等间隔的方式把各种表面色的特征表示出来。

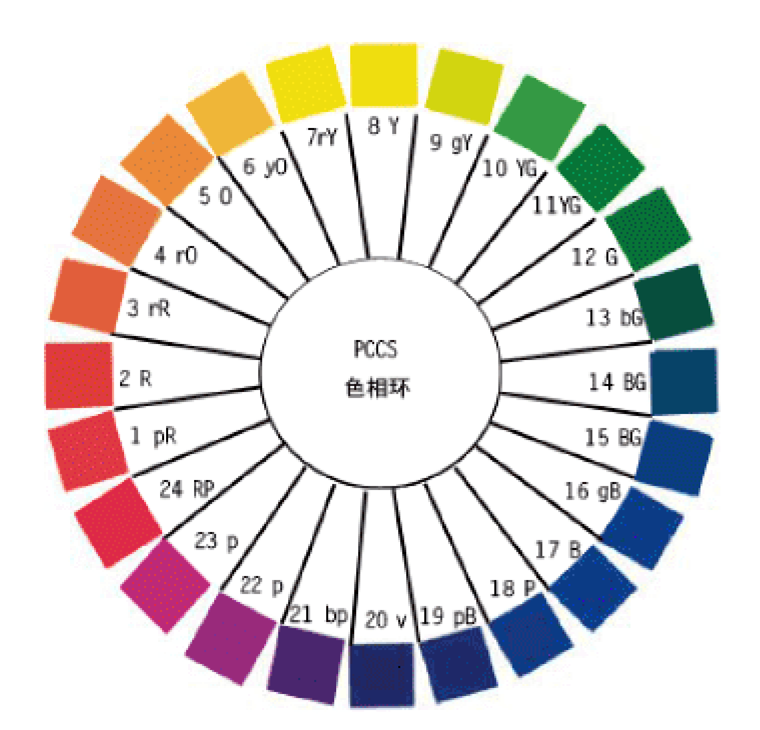


(2) 奥斯特瓦德色立体：以黄、橙、红、紫、蓝紫、蓝、绿、黄绿为八个基本色相，而每个基本色相又分为三个等分，由 24 个色相组成。按顺时针分别以 1、2、3 排列，其

中 2 代表色相的正色。取色相环上相对的两色在回旋板上回旋成为灰色，所以相对的两色为互补色。并把 24 色相的同色相三角形按色环的顺序排列成为一个复圆锥体，构成色立体。



(3) 日本研究所的色立体 (Practical Color Coordinate System，PCCS)：主要是以孟塞尔色彩体系为基础发展而成，因其等色相面均用不等边的三角形构成，所以色立体呈横卧蛋状。以红、橙、黄、绿、蓝、紫六种颜色作为基础色，并制作了 24 色的色相环，注重等差的感觉，又称作等差色环，但直径两端的色彩不能成为互补关系。





1.3.2 色立体的特点

(1) 孟塞尔色立体的特点：色相环上相对的两色相为互补关系。

(2) 奥斯特瓦德色立体的特点：色相环两端的色相互为补色。

(3) PCCS 色立体的特点：PCCS 体系的最大特点是将色彩综合成色相与色调两种观念来构成各种不同的色调系列，便于色彩的各种搭配。

1.4 认识 CMYK 颜色与 RGB 颜色

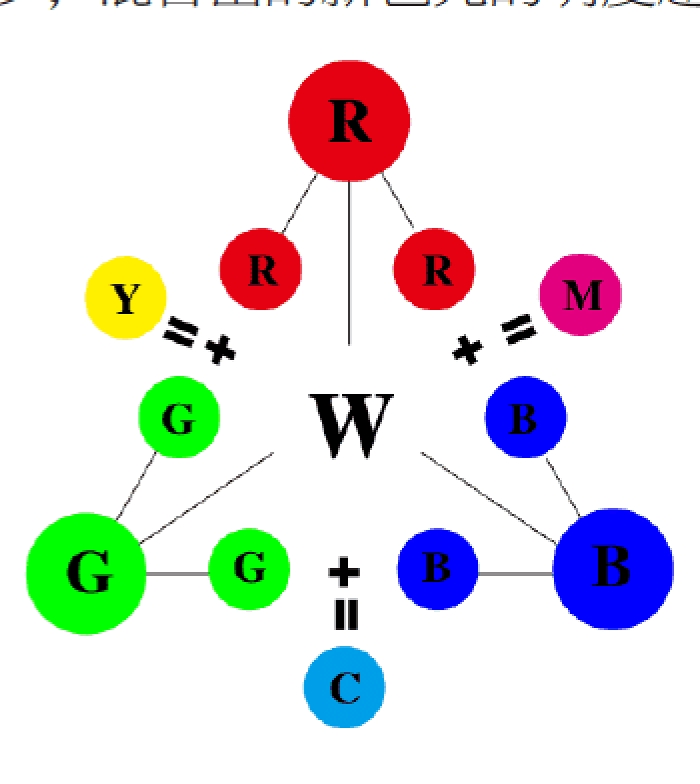
色彩中不能再分解的基本色称为原色，而原色可以合成其他的颜色。原色分为两大类，一类是色光三原色，即 RGB 颜色，另一类是用于印刷的原色，即 CMYK 颜色。

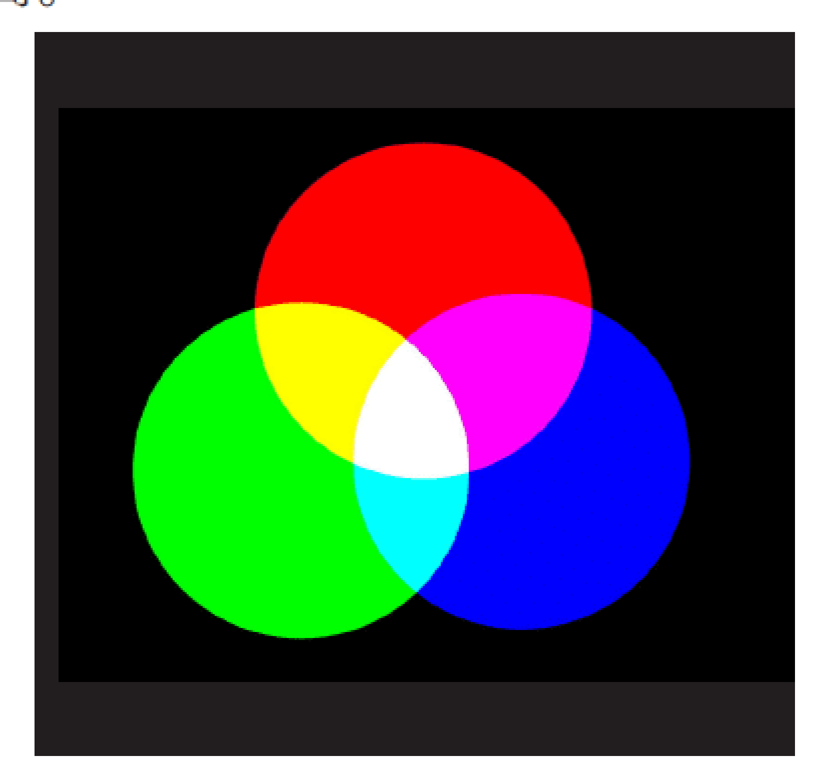
RGB 色彩与 CMYK 色彩是两种不同的色彩模式，所应用的范围也不一样。RGB 色彩应用于显示器显示的图像，如网页设计、手机 UI 设计等，而 CMYK 色彩在需要印刷的平面设计领域应用得多，如画册设计、海报设计等。

1.4.1 认识 RGB 颜色

RGB 模式是工业的一种色彩模式，是一种发光模式。RGB 色彩是由红、绿、蓝三种基本色变化和不同比例的叠加而产生，故又称为加色模式。RGB 模式通常主要应用于电子显示设备，如计算机显示器、电视机等。在大部分图形图像软件中也都提供了该色彩的调配功能。

RGB 色彩的特点是将两种色光或多种色光进行混合，从而产生新的色光，参与混合的色光越多，混合出的新色光的明度越高。

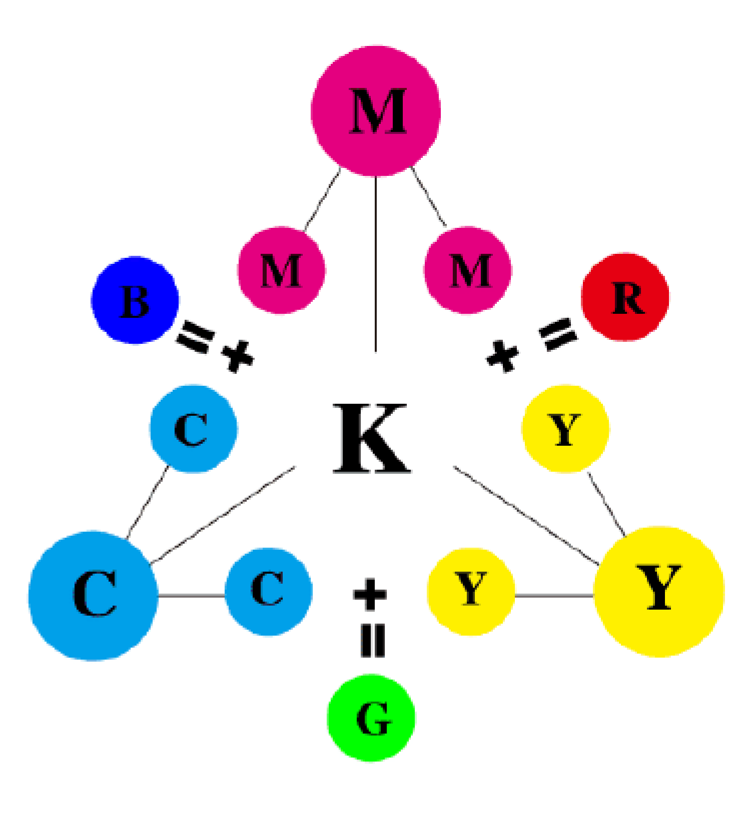


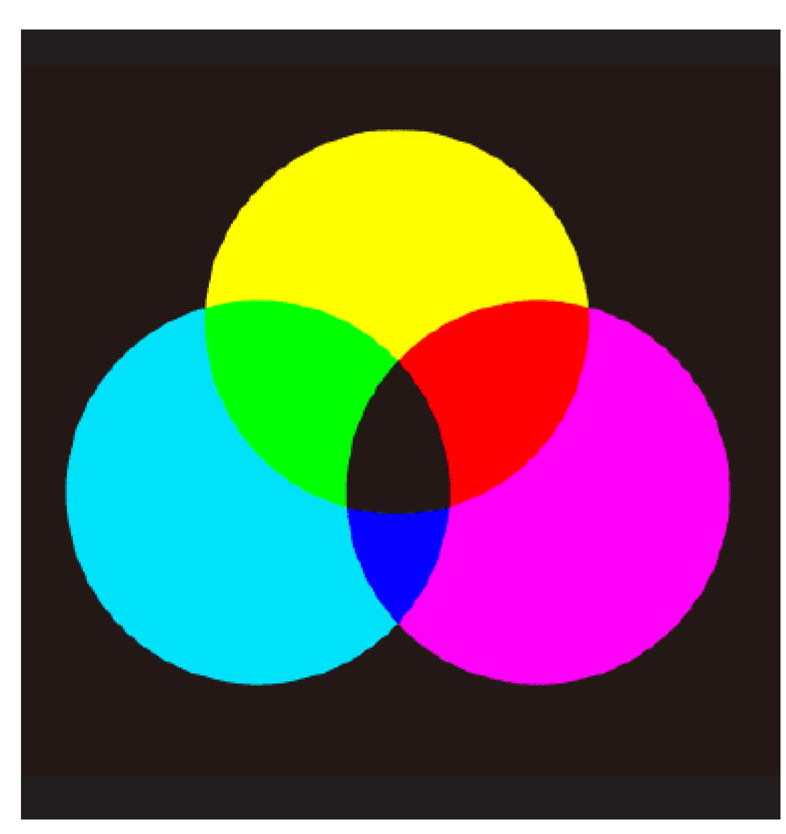


1.4.2 认识 CMYK 颜色

CMYK 是彩色印刷时采用的一种色彩模式，是一种减色模式。CMYK 色彩来源于青、洋红、黄三种基本色，CMYK 色彩是由阳光或灯光照射到物体上，部分光被吸收后再反射到人眼所形成的色彩的印象，即从白光中减去一些颜色而产生的颜色，因此被称为减色模式，通常应用于印刷领域。

CMYK 色彩的特点是将两种颜色混合在一起后颜色明度会低于原来的两种颜色，颜色混合得越多，就越趋近于黑色。







第2章 色彩设计的基础知识

色彩与设计是相互依存的关系，同时，色彩设计又是设计作品的重要组成部分。色彩设计可以改变设计作品的整体风格，也可以表达不同的情感。

色彩设计在各个领域都占据重要地位，例如服装设计、室内设计、平面广告、商品包装、网页设计等。在设计过程中，需要充分掌握色彩情感属性、明暗对比等因素，使色彩与设计作品整体的造型和谐统一。

◆ 服装色彩搭配设计秉承着和谐与对比的差异原则。太过一致的色彩搭配会显得单调乏味；而色彩过于缤纷又会给人杂乱无章的感觉。

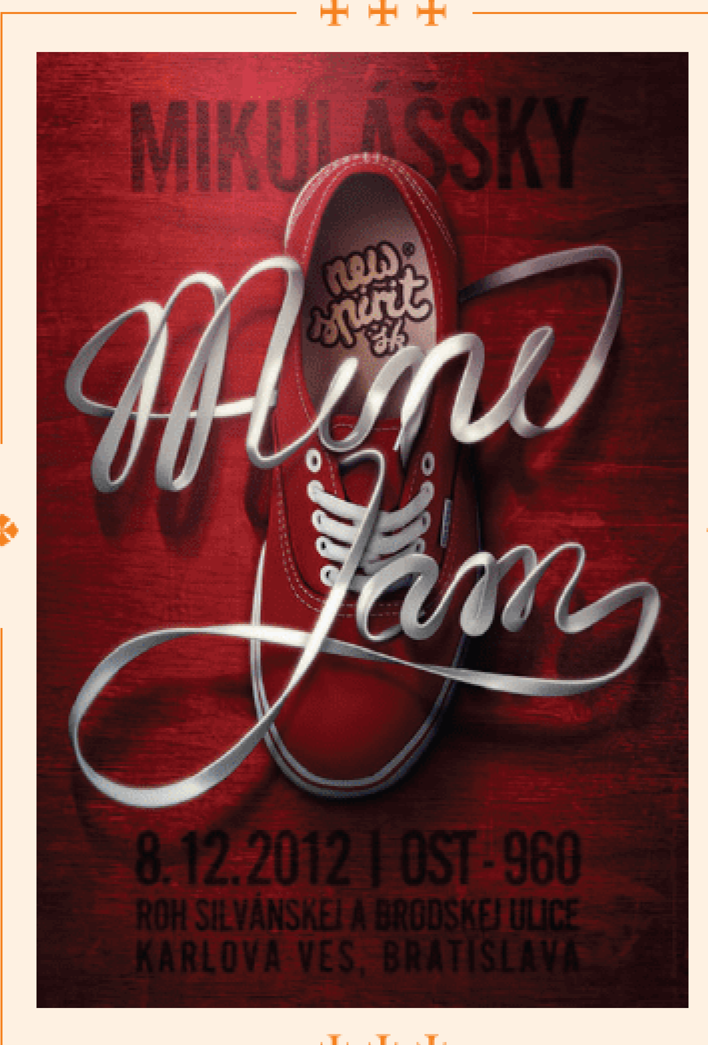
◆ 室内设计色彩搭配主要满足功能性和精神性的要求，力求与空间构图相符合，充分发挥色彩在空间的美化作用。

◆ 平面广告的色彩设计需要根据广告主题要求，为画面塑造出具有条理性的美感，突出产品的品牌文化特征。

◆ 商品包装的色彩设计主要是通过对色彩的明暗、冷暖、纯度等多种构成因素的设计，使包装可以反映出商品的文化特色，进而给人留下深刻的印象。

◆ 网页的色彩设计是整个网站的灵魂所在，它对网站的整体风格和特色起到定位作用，同时对网站的组织机构起到规划作用。



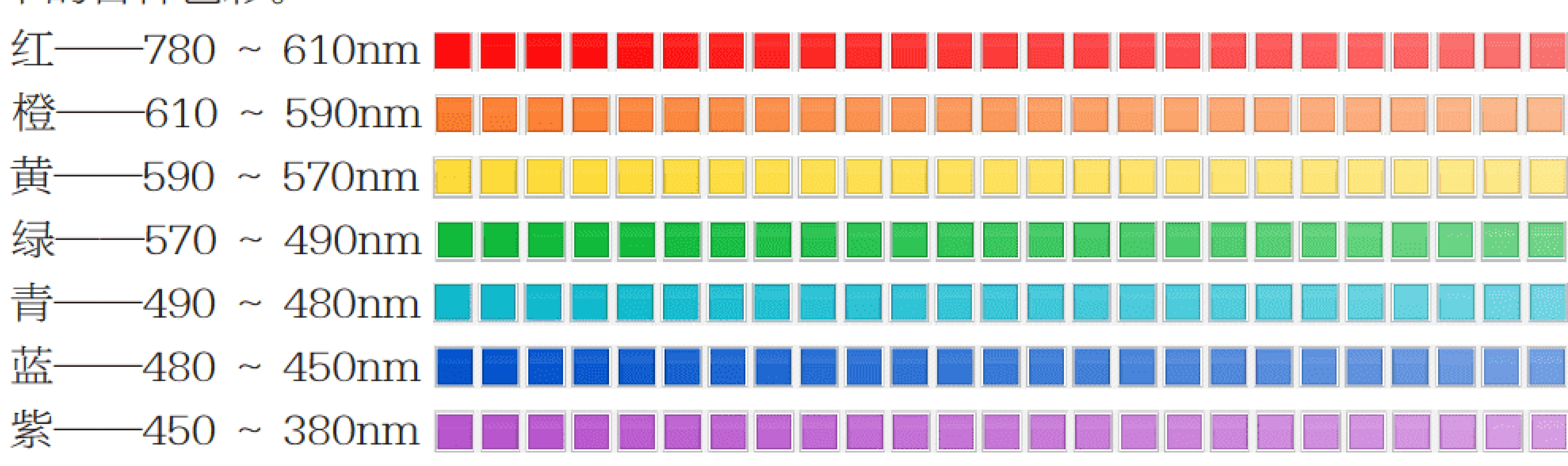




2.1 色彩的属性

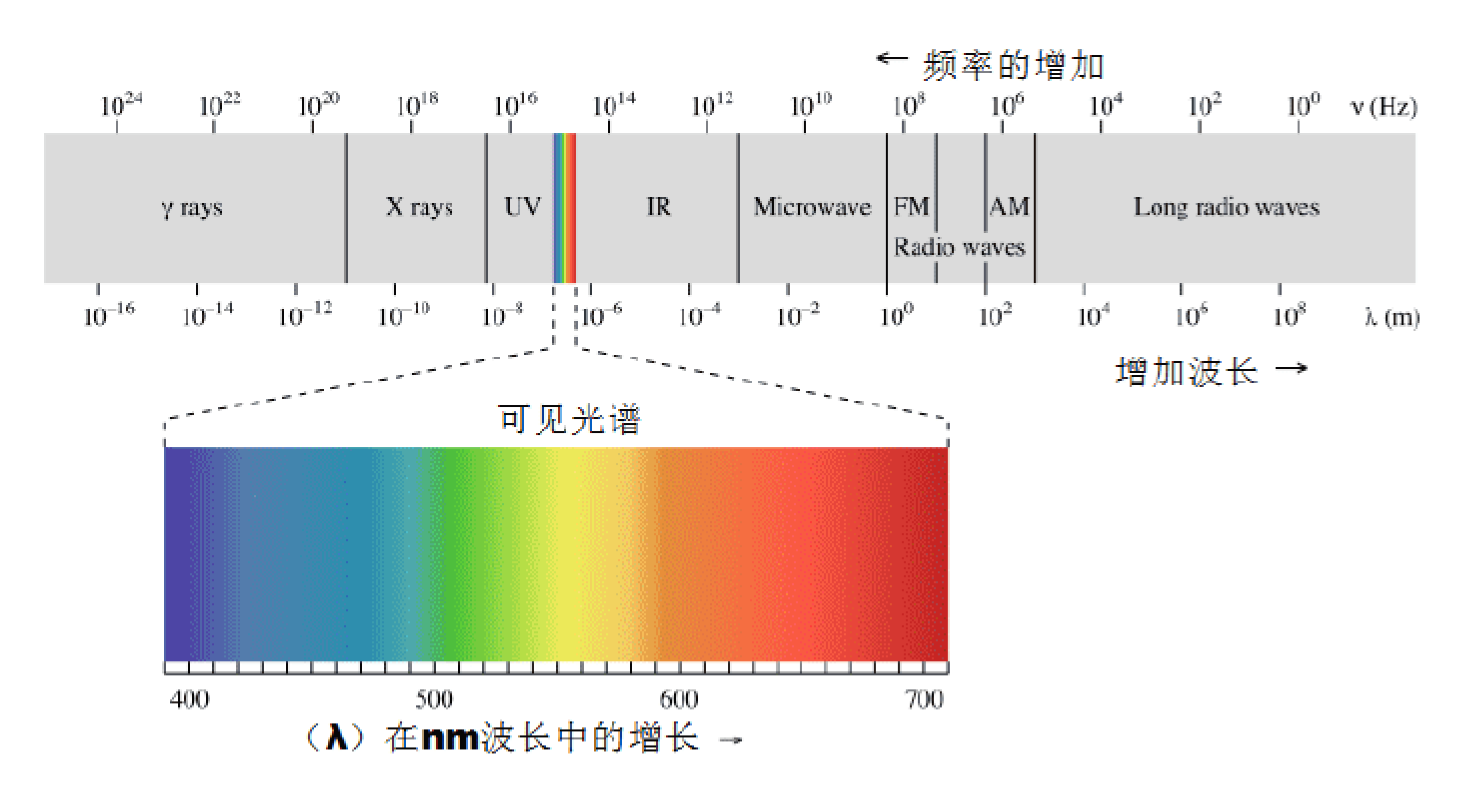
色彩的属性是指色相、明度、纯度三种性质。它们分别代表着色彩的外貌、色彩的明暗程度和色彩的新鲜程度。

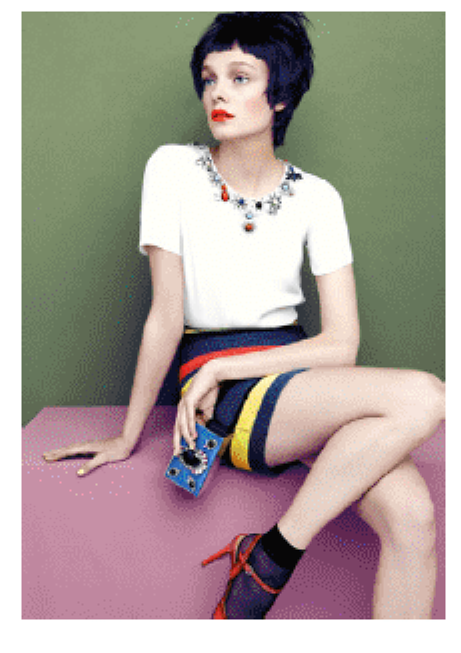
色彩是因光的存在而产生的，也可以说没有光就没有色彩。太阳光被分解为红、橙、黄、绿、青、蓝、紫色彩，各种色光的波长又是不相同的。因此，我们可以看到自然界中的各种色彩。



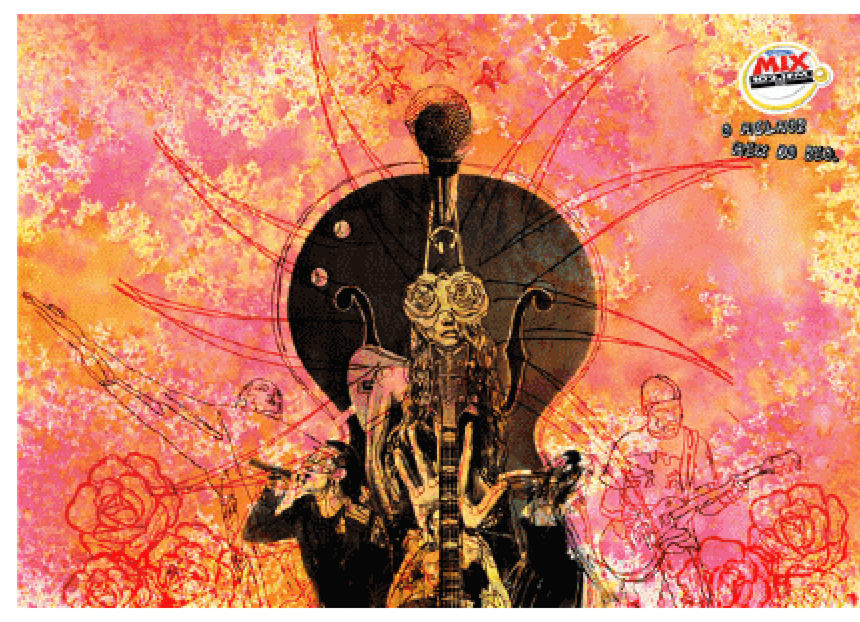
V B G Y O R

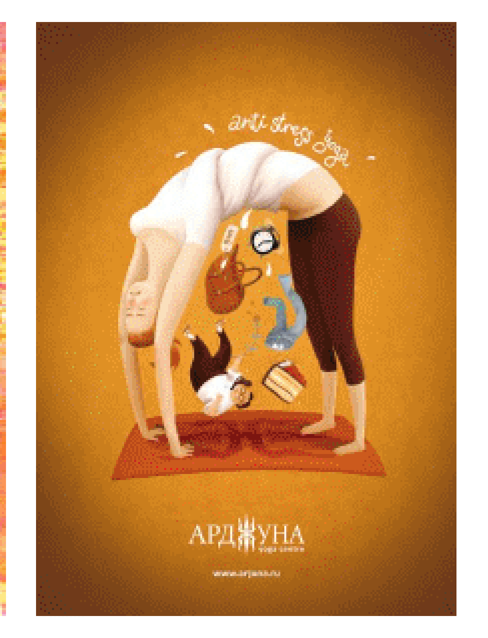
颜色	频率	波长
紫色	668～789 THz	380～450 nm
蓝色	631～668 THz	450～475 nm
青色	606～630 THz	476～495 nm
绿色	526～606 THz	495～570 nm
黄色	508～526 THz	570～590 nm
橙色	484～508 THz	590～620 nm
红色	400～484 THz	620～750 nm





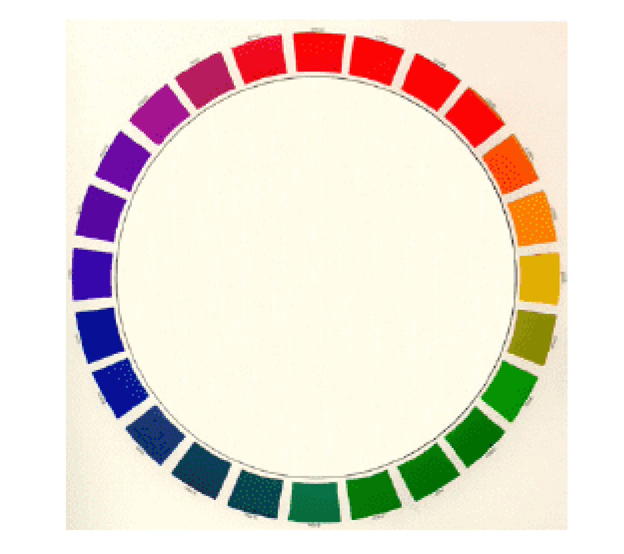






2.1.1 色相

色相是指颜色的基本相貌，它是色彩的首要特性，是区别色彩的最精确的准则。不同的色相是由原色、间色、复色来组成的。而色相的区别就是由不同的波长来决定，即使是同一种颜色，也要分不同的色相，如红色可分为鲜红、大红、橘红等，蓝色可分为湖蓝、蔚蓝、钴蓝等，灰色又可分为红灰、蓝灰、紫灰等。人眼可分辨出一百多种不同的颜色。





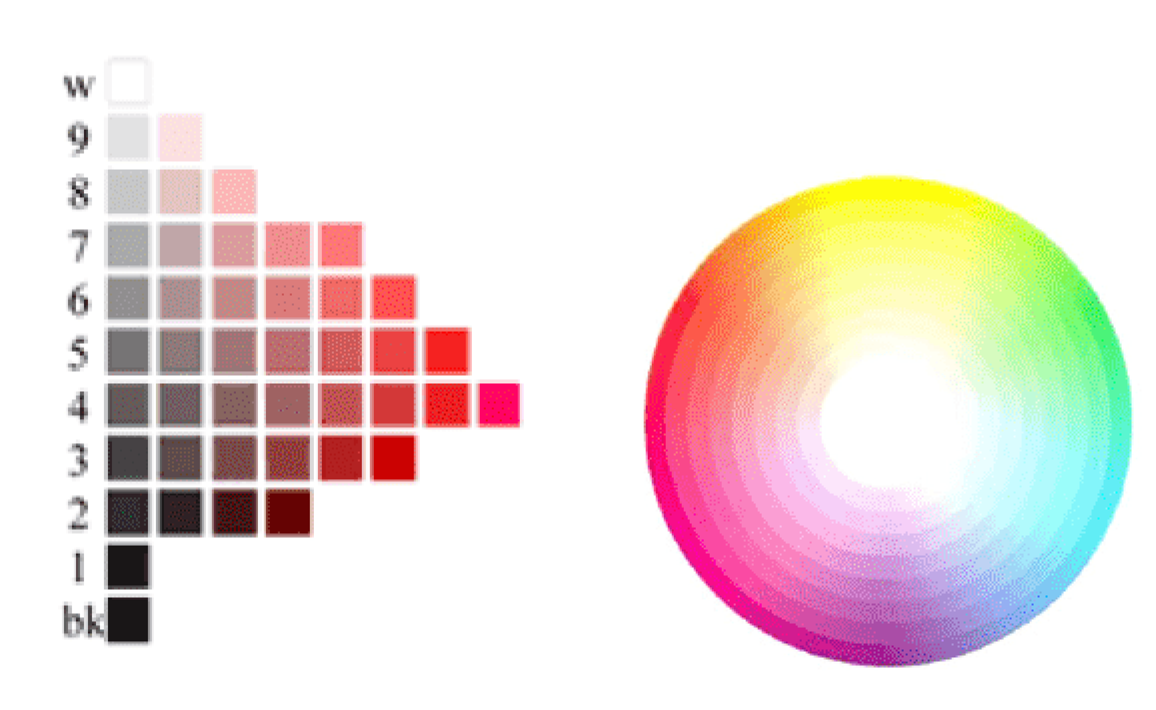
2.1.2 明度

明度是指色彩的明暗程度，明度不仅用于表示物体的照明程度，还表现在反射程度的系数。通常可以将明度分为九个级别，最暗为 1，最亮为 9，并划分出三种基调。

1~3 级为低明度的暗色调，常给人以沉着、厚重、忠实的感觉。

4~6 级为中明度的色调，常给人以安逸、柔和、高雅的感觉。

7~9 级为高明度的亮色调，常给人以清新、明快、华美的感觉。



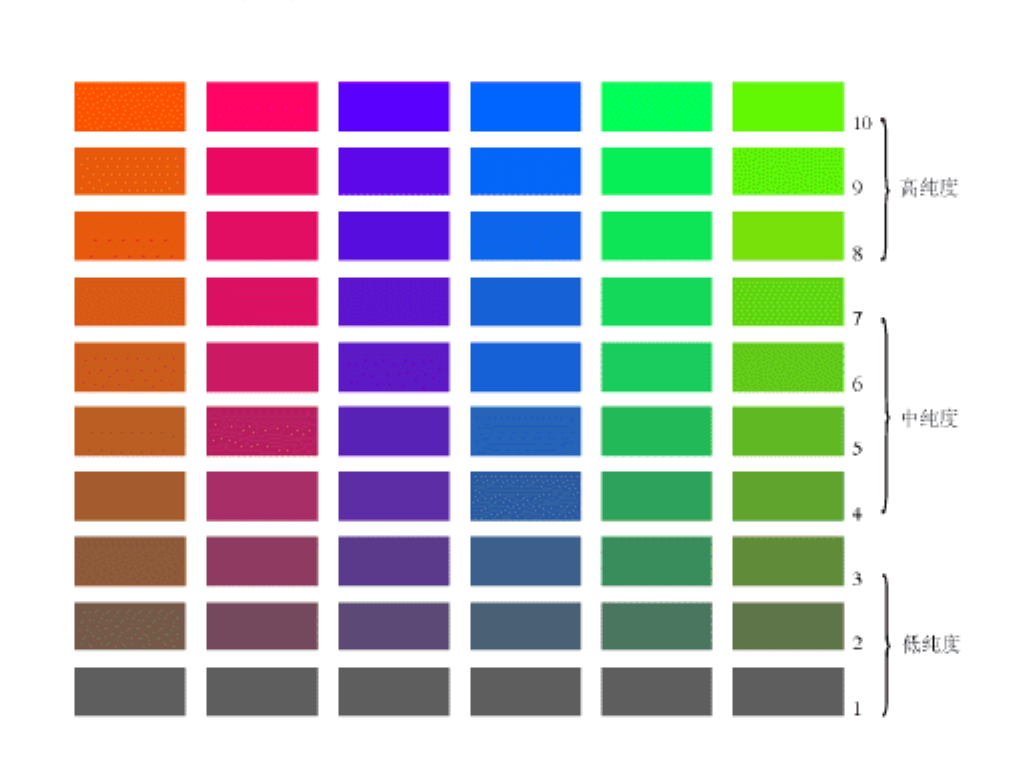
2.1.3 纯度

纯度是色彩的饱和程度，也是色彩的纯净程度。纯度在色彩搭配上常用于强调主题，也可以产生意想不到的视觉效果。纯度较高的颜色则会给人造成强烈的刺激感，能够给人留下深刻的印象。但是大面积过高纯度的颜色容易造成视觉疲劳，如果将高纯度颜色与一些低明度的颜色相配合，则会显得细腻舒适。纯度也可分为三个阶段。

8~10 级为高纯度，使画面产生强烈、鲜明、生动的感觉。

4~7 级为中纯度，使画面产生适当、温和的平静感觉。

1~3 级为低纯度，使画面产生一种细腻、雅致、朦胧的感觉。



2.2 主色、辅助色、点缀色

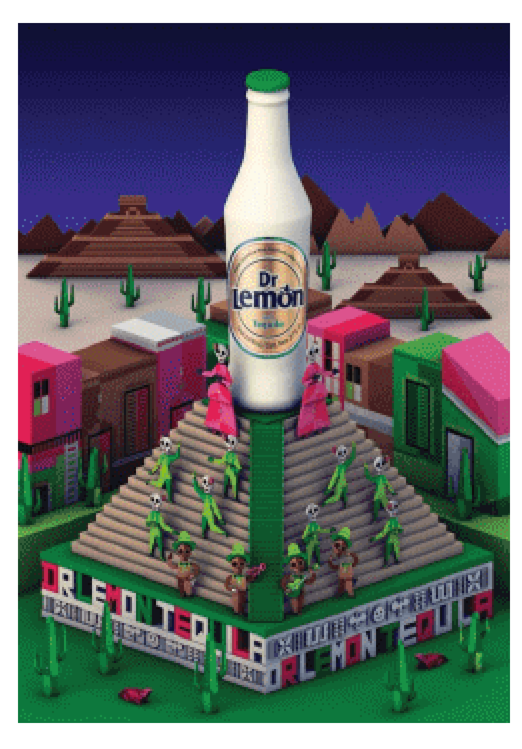
在制定一个设计作品的色彩搭配方案时，首先要明确画面中色彩有哪些类别。作品的色彩搭配方案中通常包括主色、辅助色、点缀色。不同类别的颜色在画面中占据的比例有所不同。在使用色彩之前需要制定科学合理的色彩搭配比例，要注重色彩的全局性，不要使色彩偏于一个方向，否则会使设计作品的搭配过于单调乏味。下面来认识一下主色、辅助色与点缀色。

2.2.1 主色

一般来说，设计中占据面积比最大的颜色即为主色。主色是色彩设计中的主体基调，起着主导的作用，能够让设计作品的思想更为明确地传递。主色的设定在整体色彩搭配设计中有着不可忽视的地位。



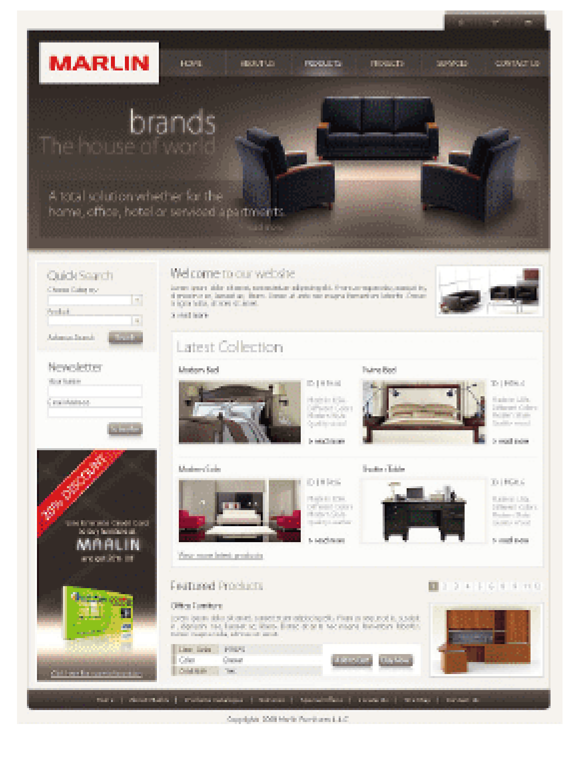




2.2.2 辅助色

辅助色是补充或辅助色彩设计的陪衬色彩，它可以与主色是邻近色，也可以是互补色。不同的辅助色会改变设计的风格，例如采用邻近色作为辅助色，画面整体统一而和谐；采用对比色作为辅助色，画面通常会展现出较强的视觉冲击力。由此可见辅助色对色彩的重要性。







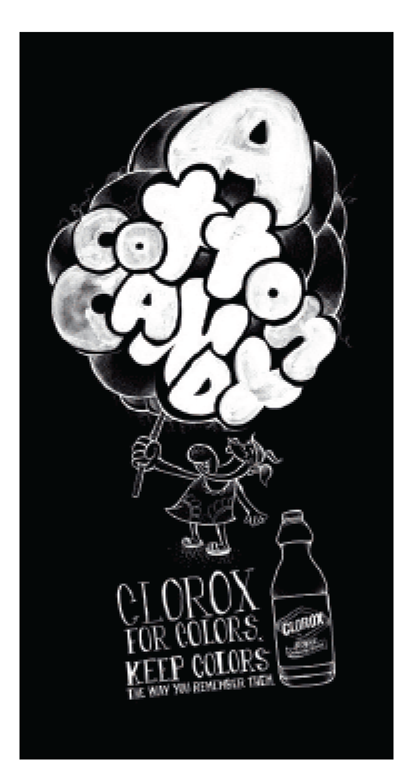


2.2.3 点缀色

点缀色是在色彩搭配中占有极小面积的颜色。点缀色易于变化，既能打破整体造型效果，也能够烘托设计整体风格、彰显出所表现的魅力，可以理解为点睛之笔，是整个设计的亮点所在。







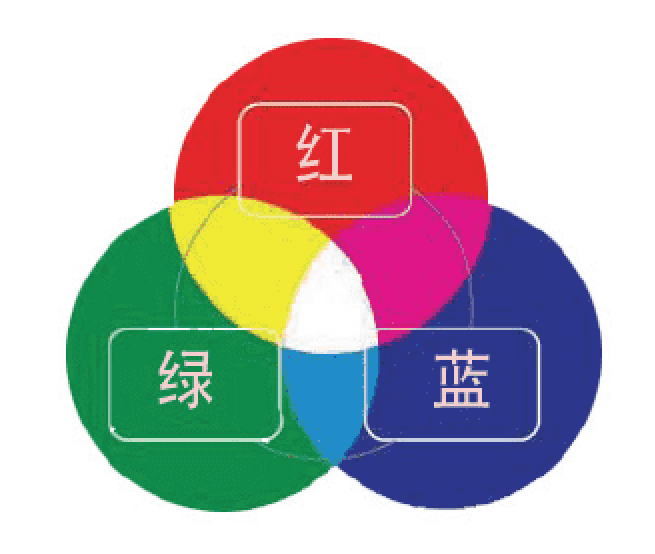
2.3 色彩混合

色彩混合就是指某一种色彩中混入另一种色彩。而两种不同的色彩混合后，会获得第三种色彩。色彩的混合有加色混合、减色混合和中性混合三种形式。

1. 加色混合

在对已知光源色研究的过程中，发现色光的三原色与颜料色的三原色有所不同，色光的三原色为红（略带橙味儿）、绿、蓝（略带紫味儿）。而色光的三原色混合后的间色（红紫、黄、绿青）相当于颜料色的三原色，色光在混合中会使混合后的色光明度增加，使色彩明度增加的混合方法称为加色混合，也叫色光混合。例如：

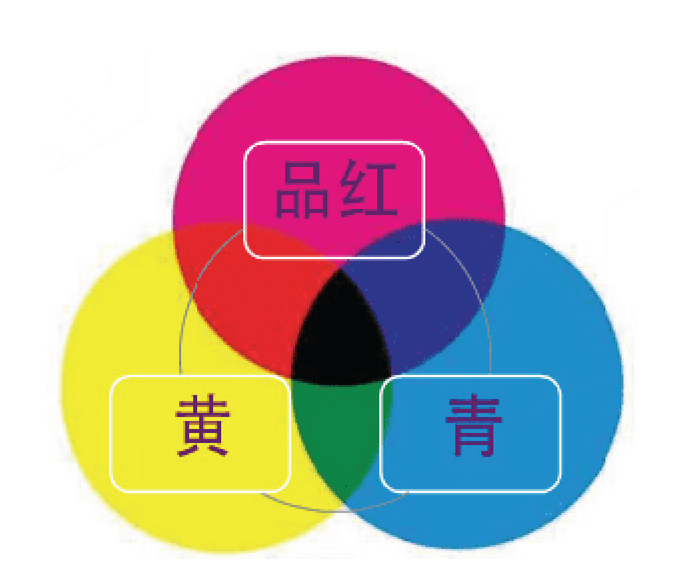
(1) 红光 + 绿光 = 黄光。
(2) 红光 + 蓝光 = 品红光。
(3) 蓝光 + 绿光 = 青光。
(4) 红光 + 绿光 + 蓝光 = 白光。



2. 减色混合

当色料混合在一起时，呈现另一种颜色效果，就是减色混合法。色料的三原色分别是品红、青和黄色，因为一般三原色色料的颜色本身就不够纯正，所以混合后的色彩也不是标准的红、绿和蓝。三原色色料的混合有下列规律。

(1) 青色 + 品红色 = 蓝色。
(2) 青色 + 黄色 = 绿色。
(3) 品红色 + 黄色 = 红色。
(4) 品红色 + 黄色 + 青色 = 黑色。

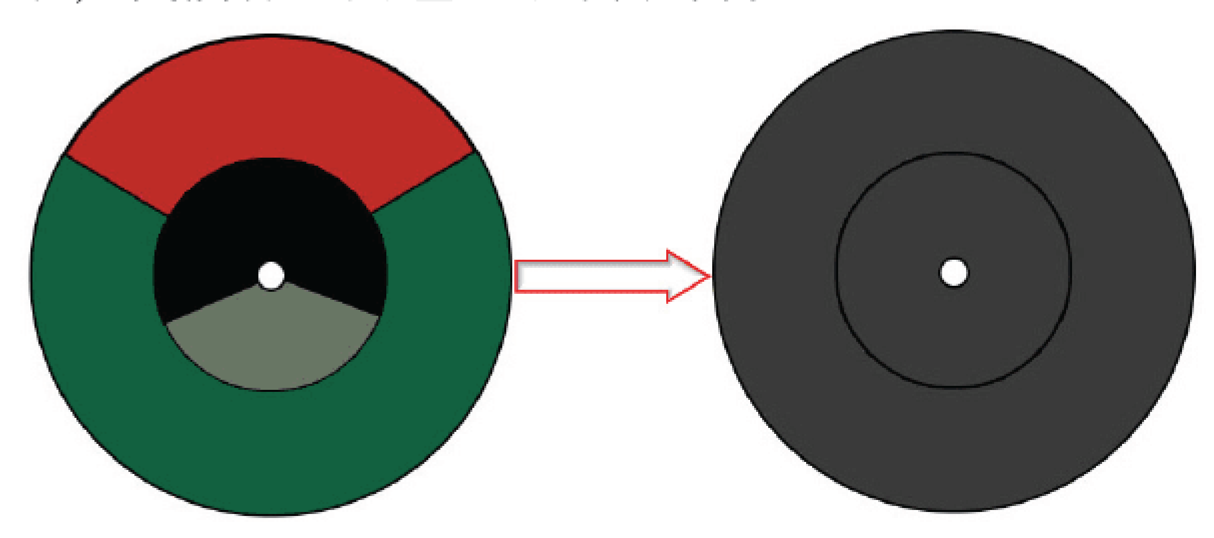




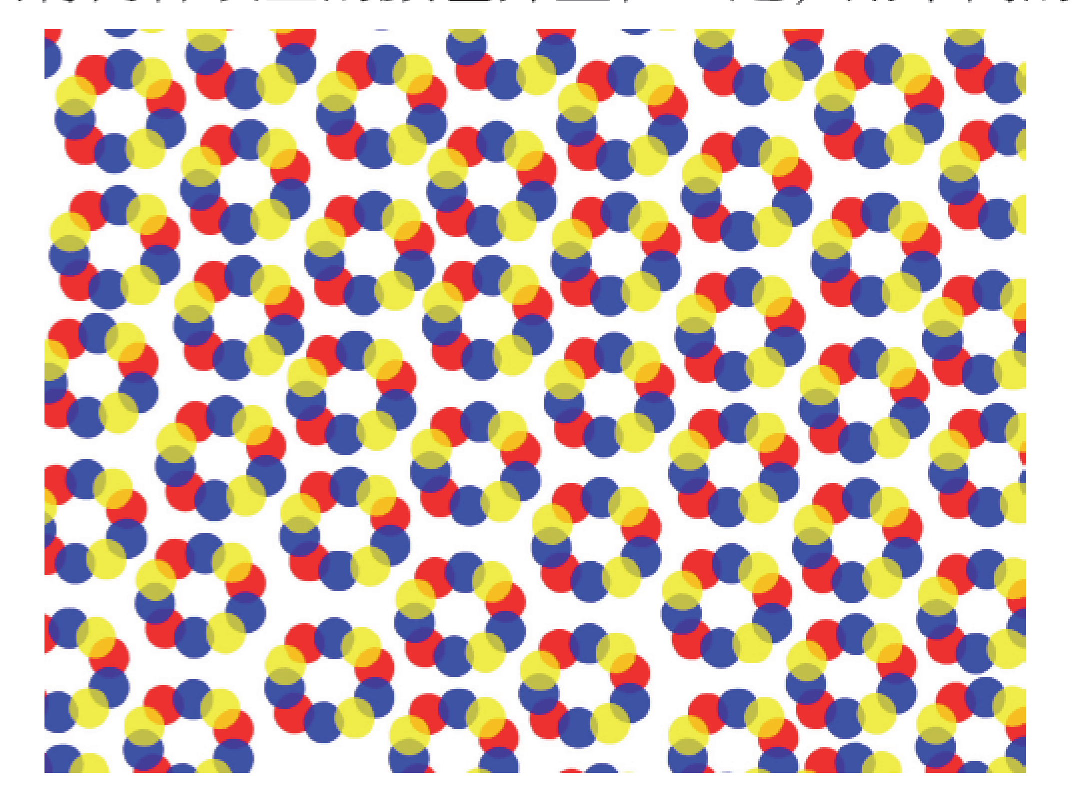
3. 中性混合

中性混合是指混合色彩既没有提高，也没有降低的色彩混合。中性混合主要有两种混合方式，即色盘旋转混合与空间视觉混合。例如，把红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等色料等量地涂在圆盘上，旋转即呈浅灰色。

(1) 色盘旋转混合。在圆形转盘上贴上两种或多种色纸，并使圆盘快速旋转，即可产生色彩混合的现象，我们称之为色盘旋转混合。



(2) 空间视觉混合。空间视觉混合是指将两种以上的颜色并置在一起，用不同的色相并置在一起，按不同的色相明度与色彩组合成相应的色点面，通过一定的空间距离，在人的视觉内产生的色彩空间幻觉感所达成的混合。



2.4 色彩感受

色彩感受就是指当人们看到该色彩时产生的心理感受或生理感受。色彩本身并无情感，是人们通过对生活经验的积累，对色彩形成了一定的感受。色彩是一种诉说人们情感的表达方式，对人的心理和生理都会产生一定的影响。在设计中，可以利用人对色彩的感受来创造富有个性层次的画面，从而使设计更加突出。

视觉受色彩明度及纯度的影响，会产生冷暖、轻重、远近等不同感受和联想，在不同的设计领域中，表达的色彩感受也有所不同。

- 服装设计中色彩的感受：在服装设计中，色彩可以体现其温度感，如高明度色彩的着装可以给人以简单、轻薄的视觉感受，多用于夏季服饰；而低明度色彩的着装通常具有厚实、沉稳的视觉效果，通常用于秋冬服饰。
- 室内设计中色彩的感受：在室内设计中，色彩的搭配与应用是一个举足轻重的环节，其环境风格与色彩搭配有着密不可分的联系，只有制定准确、相匹配的色彩搭配方案，才能使色彩搭配的视觉效果达到最佳状态。
- 平面设计中色彩的感受：在平面设计中，灵活运用色彩的冷暖，可以营造出不同的视觉感受。如美食类的平面设计作品通常以暖色调为主，给人以充满食欲的视觉感受；而清洁类产品多以冷色调为主，营造清洁、干净的畅快感。



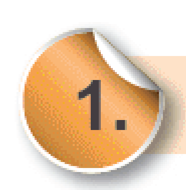






2.4.1 色彩冷暖

对颜色冷暖的感受是人类对颜色最为敏感的感觉，而在色相环中绿色一侧的色相为冷色，红色一侧的色相为暖色。冷色给人一种冷静、沉着、寒冷的感觉，暖色给人一种温暖、热情、活泼的感觉。



1. 色彩冷暖的主观感觉

色彩的冷暖受到人的生理、心理因素的影响，它是个人的感受。而每个人对颜色的感受都有所不同，且色彩的冷与暖是相互联系、相互衬托的两个方面，并且主要通过它们之间的对比体现出感受。



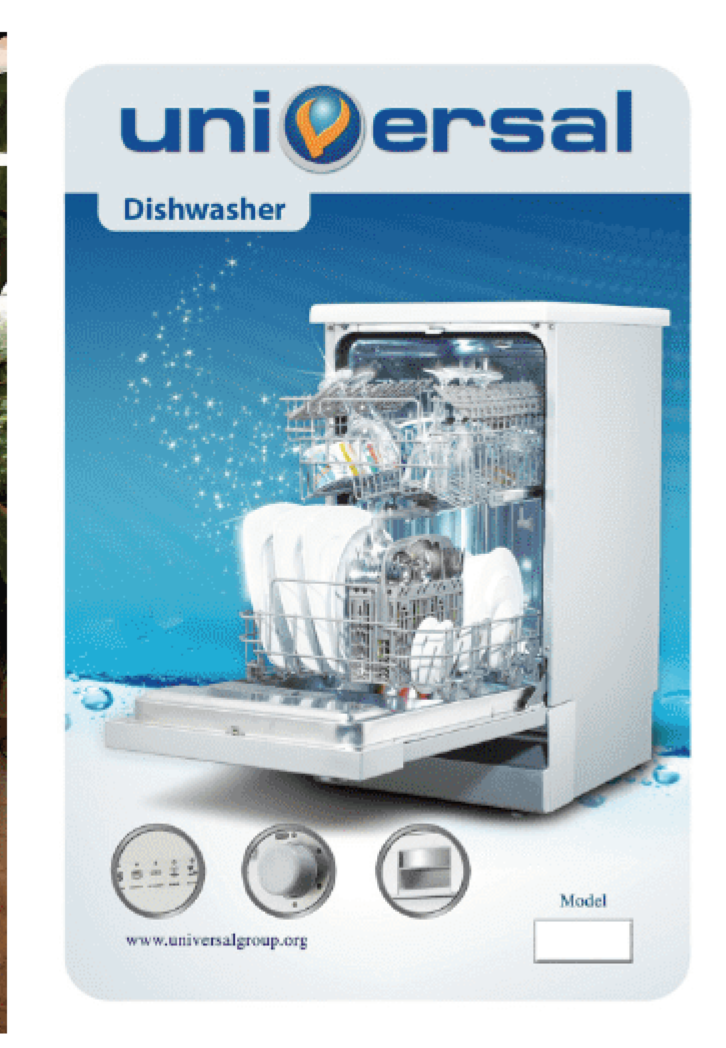
2. 色彩冷暖的属性

◆ 色彩的冷暖感觉是人们在生活实践中由于联想而形成的感受。例如红、橙、黄等暖色系的颜色可以联想到太阳、火焰，从而产生温暖的视觉感受，应用此类颜色能够使画面产生一定的温馨感。而青、蓝、紫以及黑白灰则会给人清凉爽朗的感觉；但绿色和紫色等邻近色给人的感觉是不冷不暖，故称为“中性色”，主要用于表现稳定、慎重的感觉。

◆ 远近感也与冷、暖色系相关联。暖色给人突出、前进的感觉，冷色给人后退、远离的感受。









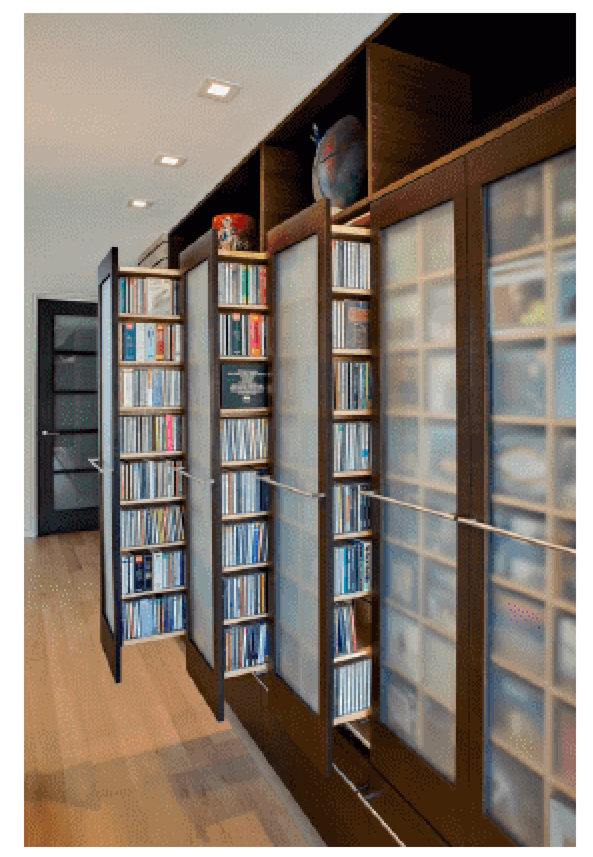
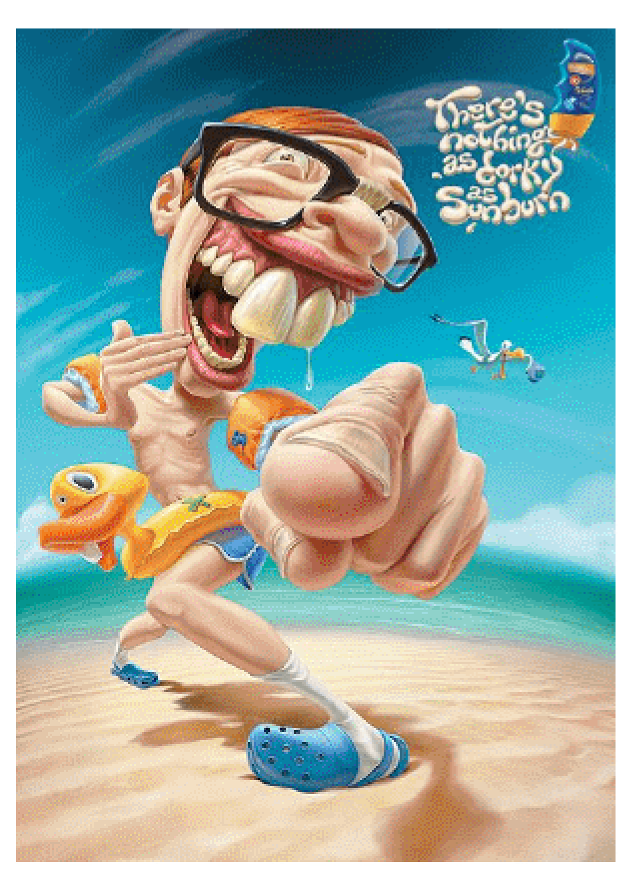


2.4.2 色彩远近

色彩的远近感是由色彩的明度、纯度、面积等多种因素造成的错觉现象。色彩的远近错觉可用于制造出空间感，能产生各种美妙构想，并使画面主题得以突出，是设计重要的造型手段之一。

特点：

色彩的远近与色彩的冷暖有着直接的联系，高明度、暖色调的颜色会感觉靠前，这类颜色被称为前进色；低明度、冷色调的颜色会感觉靠后，这类颜色被称为后退色。

2.4.3 色彩重量感

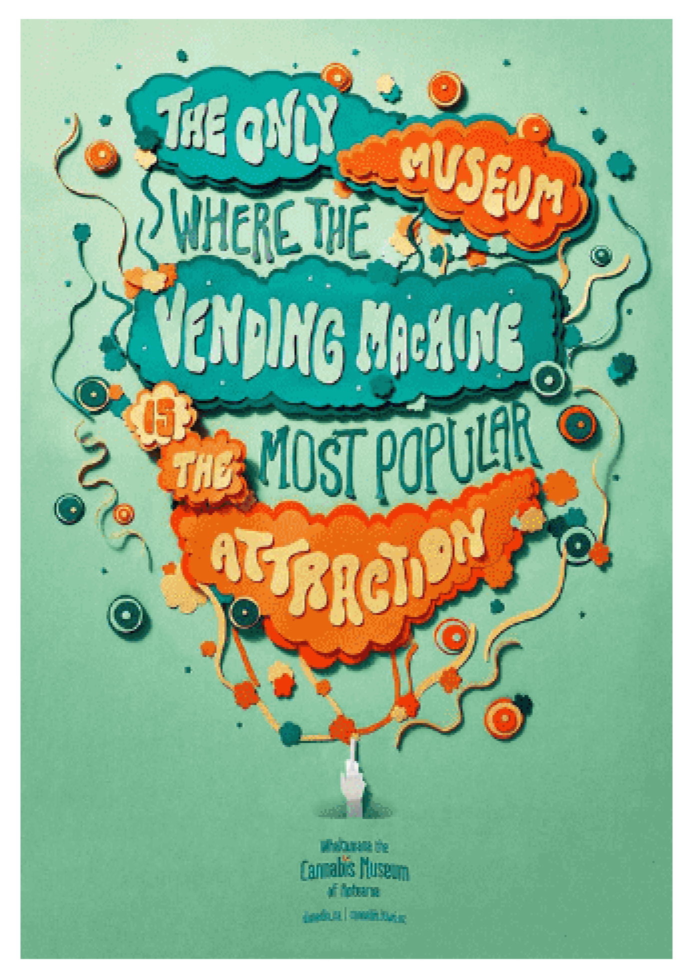
色彩的重量感主要取决于明度。通常明度高的颜色感觉轻，明度低的颜色感觉重。当色彩的明度相同时，纯度高的比纯度低的感觉轻。

特点：

如果从色相方面看色彩重量感，暖色调的红色、黄色和橙色等邻近色会给人一种较轻的感觉，而冷色调的青色、蓝色、紫色以及黑白灰色调会给人有重量的感觉。

通常感觉轻的色彩给人的感觉是较为柔软；而感觉重的色彩给人的感觉较为强硬。









基础色

色彩的意义与内容在艺术设计和表现方面是复杂多变的，但在欣赏和概念方面又有着共同的特性，它是一种美妙的大众语言。与此同时，不同的色彩搭配与运用，可以表现出不同的设计风格。基础色通常可以分为红、橙、黄、绿、青、蓝、紫、黑白灰。

◆ 色彩是结合生活、生产，经过提炼、夸张、概括出来的，色彩的应用丰富了人们的生活，使人们对生活中事物外表的感受不再单调。

◆ 色彩是信息传达方式中最有吸引力的宣传设计手法。不同的色彩有着不同的启发和暗示。













3.1 红

3.1.1 认识红色

红色：在色彩体系中，红色无论与什么颜色搭配，都是非常吸引眼球的颜色。红色不是低调的颜色，它会在画面中“叫喊”，它会从照片中“跳”出来，强烈表达感情和增加吸引力。不同程度的红色具有不同的视觉特征，如浅色调的红色，通常被用来营造轻柔、温和的感觉；而深色调的红色则表达暖和或严肃的警告。

色彩情感：温暖、舒适、激情、热血、美丽、火焰、敌对、愤怒、危险。



洋红 RGB=207,0,112 CMYK=24,98,29,0	胭脂红 RGB=215,0,64 CMYK=19,100,69,0	玫瑰红 RGB= 30,28,100 CMYK=11,94,40,0	朱红 RGB=233,71,41 CMYK=9,85,86,0
鲜红 RGB=216,0,15 CMYK=19,100,100,0	山茶红 RGB=220,91,111 CMYK=17,77,43,0	浅玫瑰红 RGB=238,134,154 CMYK=8,60,24,0	火鹤红 RGB=245,178,178 CMYK=4,41,22,0
鲑红 RGB=242,155,135 CMYK=5,51,41,0	壳黄红 RGB=248,198,181 CMYK=3,31,26,0	浅粉红 RGB=252,229,223 CMYK=1,15,11,0	博朗底酒红 RGB=102,25,45 CMYK=56,98,75,37
威尼斯红 RGB=200,8,21 CMYK=28,100,100,0	宝石红 RGB=200,8,82 CMYK=28,100,54,0	灰玫红 RGB=194,115,127 CMYK=30,65,39,0	优品紫红 RGB=225,152,192 CMYK=14,51,5,0

3.1.2 洋红 & 胭脂红





- 这是一幅香水创意广告。该作品融入了童话故事的元素，以手持气球飞向天空的女孩为主体，整体画面色调亮眼、醒目，吸引消费者的目光，从而突出产品。
- 洋红色既有红色本身的特点，又能体现出愉快、活力的视觉感，为画面营造出鲜明、刺激的色彩感觉。

- 作品将扑克牌设计成人物裙装，创意新颖，给人留下深刻的视觉印象。
- 以胭脂红为主色，与低明度的背景色搭配在一起，形成鲜明的对比，使作品层次更加丰富。
- 胭脂红与正红色相比较，纯度相对较低。其视觉效果典雅、优美，少了正红色的热烈，多了几分沉着。

3.1.3 玫瑰红 & 朱红



- 画面采用创意的手法将人物的裙摆与玫瑰花朵有机地结合在一起，展现女性如鲜花般优美、典雅的特质。
- 以玫瑰红为主色调，搭配低明度的背景色，增加了整体的协调感，避免了色彩过于艳丽带给人的不适感。
- 玫瑰红比洋红色饱和度更高，其纯度也相对较高，整体效果少了洋红色的亮丽，却给人一种优雅、柔美的视觉印象。

- 画面以大面积的朱红色作为主色，与小面积的米黄色相搭配，两种颜色搭配比较容易提升观者的兴奋度。
- 朱红色介于橙色和红色之间，是一种充满魅力、热情和含蓄的色彩。视觉效果上呈现醒目、亮眼的感觉。

3.1.4 鲜红 & 山茶红



- 这是一幅少女跳跃的图像，飘逸的裙摆彰显了画面整体的动感。
- 裙子颜色以鲜红色为主色调，与纯度较低的背景色搭配，更加凸显主体，给人朝气蓬勃的感觉。
- 鲜红色是红色系中最亮丽的颜色，与其他色彩搭配时色块边缘较为清晰，给人一种激情、亢奋的感觉。



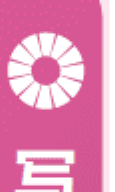
- 这是一幅女孩儿童房设计方案，空间整体用色较为统一。
- 以山茶红作为墙壁和地毯的色调，家具采用白色，调节了画面的空间感和透气感，从而产生优雅、清新的视觉效果。
- 山茶色是一种纯度较高，但明度较低的粉色，适合柔美的场合，不适用于热闹张扬的场合，是家庭装饰的常用色彩。

3.1.5 浅玫瑰红 & 火鹤红



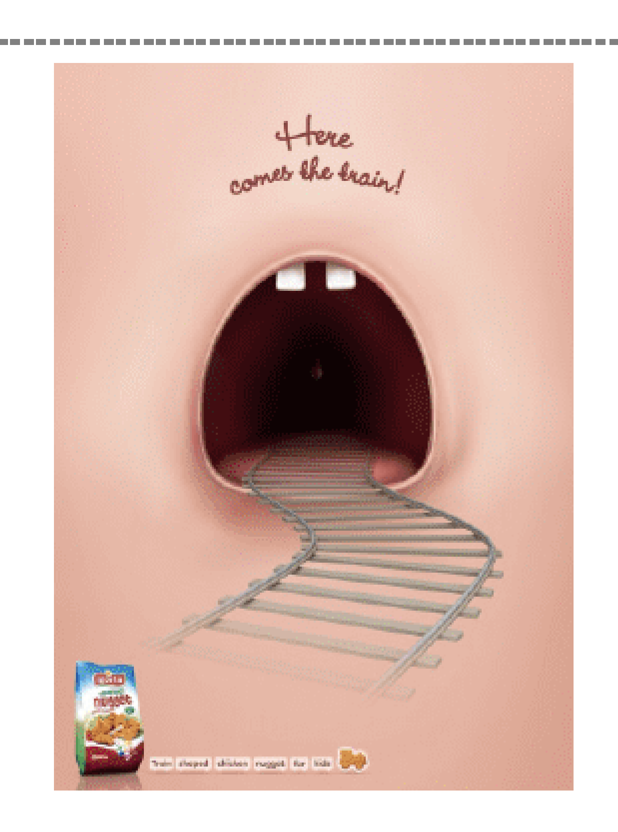
- 作品将液体创意地表现为人物的裙摆，并围绕人物四周，生动地展现出优雅、浪漫的视觉感。
- 浅玫瑰色是紫红色中带有深粉色的颜色，象征浪漫爱情的色彩，浅玫瑰色大多用在表达以女性为主体或表达浪漫主题的设计中，突出温馨典雅的情致。

- 这是一幅演唱会海报设计。人脸侧影采用火鹤色，与背景色灰蓝色搭配，营造娇柔的视觉效果。绿色加白色文字使整体画面更加清新淡雅、轻松自然。
- 火鹤红是红色系中明度较高的粉色，但和粉色又有区别。火鹤红给人一种温馨、柔和的视觉感。



3.1.6 鲑红 & 壳黄红

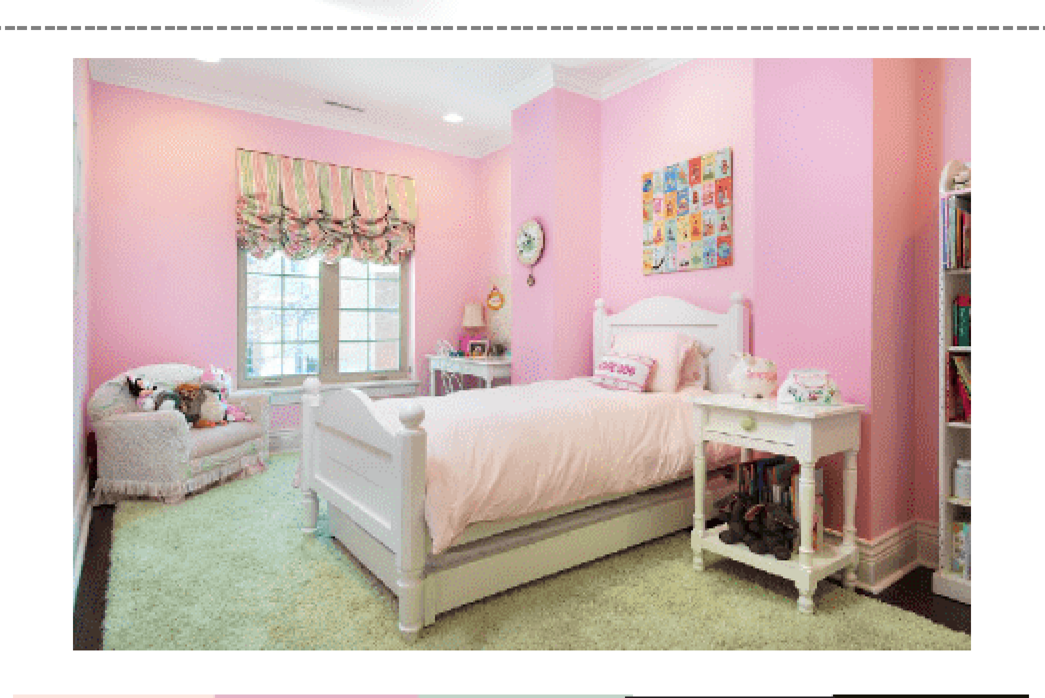




- 该作品以三维的立体文字为视觉重心，辅助淡鲑红色的球体作为装饰，并将具有立体感的麦克风线缠绕其中，画面丰富有趣。
- 背景采用鲑红为背景色，而鲑红与鲜肉色相似，是一种纯度较低的红色，鲑红会给人一种深度、厚实的视觉感。
- 鲜红作为一种稍显低调的色彩，在设计中常用于辅助色。

- 这是一幅鸡块的食品广告设计，通往嘴巴的隧道极具创造力，使画面更具有空间感。
- 壳黄红色与鲑红色相近，明度却比鲑红色要高，给人一种华丽、典雅的感觉。
- 壳黄红在设计中通常作为辅助色出现。

3.1.7 浅粉红 & 博朗底酒红





- 这是一幅以浅粉色作为基调的现代简约风格的家居效果图，不同明度的粉色系家装，让整体画面变得柔和、优美。
- 浅粉红色的纯度非常低，给人一种温馨、单纯的视觉效果，是一种梦幻的色彩，充满少女气息。

- 画面以绿色为基调，给人一种浓郁、厚重的视觉效果，人物向前跳跃给人一种挣脱束缚的视觉感。
- 酒红色裙摆与背景色形成鲜明对比，而白色的上衣又丰富了画面，使其狂野又不失精致。
- 博朗底酒红是浓郁的暗红色，明度较低，不宜大面积使用，容易给人带来心理上的沉重感。

3.1.8 威尼斯红 & 宝石红



- 本作品为美妆用具的广告，将美妆用具缠绕于丝带之间，使画面产生空间感，更突出主题。
- 不同明度的威尼斯红相互搭配，会产生一种经典又美观的画面效果，海报中威尼斯红色具有亮红色的特征，但由于明度较高，会给人传达出一种成熟、高贵的气质。

- 这是一幅创意摄影作品。画面中人物四周布满鲜花和动物，使整体画面充满梦幻气息，而人物服饰运用了宝石红色，让人物整体看起来时尚、高贵。
- 宝石红是洋红的一种，色彩比较鲜亮，明度和纯度都比较高，是一种华丽、雍容的色彩。由于是红宝石的色彩，所以在各个时代都备受人们喜爱。宝石红作品中其他颜色搭配使整体画面有动感。

3.1.9 灰玫红 & 优品紫红





- 这是一幅戒指的海报设计。视觉重心是戒指，为体现重心，戒指包装盒颜色采用灰玫红，整体起到一个平衡的作用，凸显出主体，抓住重点，具有红紫色一贯的特点。
- 灰玫红是一种纯度较高但明度较低的红紫色，给人一种安静、典雅的视觉效果，适合小面积使用。

- 画面以人物为主，将人物的服装与配饰部分替换为大量优品紫红色系的色块，让人感觉新颖。
- 设计师富有创意性的排版和色彩搭配，让画面变得更加富有美感。
- 优品紫红介于红色和紫色之间，是一种清亮、前卫的颜色。



3.2 橙

3.2.1 认识橙色

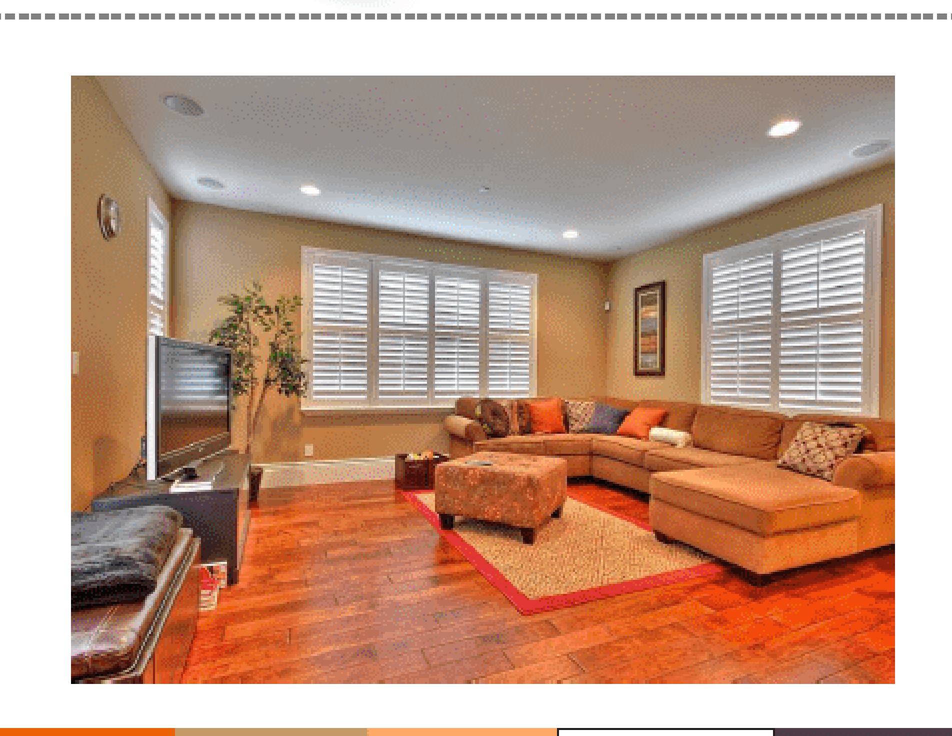
橙色：橙色就像明媚的阳光，在寒冷的冬日里给人们带来温馨，它象征着美味的食物，能够刺激人们的食欲，在食品包装设计中十分常见，给人活泼欢快的感觉，常用于表现欢快的主题，是一种容易博得人们好感的色彩。橙色和淡黄色相配会给人一种很舒服的过渡感。

色彩情感：活跃、兴奋、乐天、温暖、富丽、辉煌、炽热、危险、消沉、烦闷、颓废、悲伤。



橘色 RGB=235,97,3 CMYK=9,75,98,0	柿子橙 RGB=237,108,61 CMYK=7,71,75,0	橙色 RGB=235,85,32 CMYK=8,80,90,0	阳橙 RGB=242,141,0 CMYK=6,56,94,0
橘红 RGB=238,114,0 CMYK=7,68,97,0	热带橙 RGB=242,142,56 CMYK=6,56,80,0	橙黄 RGB=255,165,1 CMYK=0,46,91,0	杏黄 RGB=229,169,107 CMYK=14,41,60,0
米色 RGB=228,204,169 CMYK=14,23,36,0	驼色 RGB=181,133,84 CMYK=37,53,71,0	琥珀色 RGB=203,106,37 CMYK=26,69,93,0	咖啡 RGB=106,75,32 CMYK=59,69,98,28
蜂蜜色 RGB= 250,194,112 CMYK=4,31,60,0	沙棕色 RGB=244,164,96 CMYK=5,46,64,0	巧克力色 RGB=85,37,0 CMYK=60,84,100,49	重褐色 RGB= 139,69,19 CMYK=49,79,100,18

3.2.2 橘色 & 柿子橙





- 本设计方案以橘色调为主色调，同时家具和装饰品采用红褐色、柿子橙等类似色来调节画面的空间感和透气感，从而产生温暖、富丽的视觉效果。
- 橘色的色彩饱和度较低，且橘色和橙色相近，也是非常明亮，具有积极、活跃的意义，但橘色相比橙色有一定的内敛。

- 画面中的墙壁采用柿子橙色为主基调，营造出一种艳丽、温暖之感，搭配鲜花、木质门窗，给人一种清新自然、温暖如初的感觉。
- 柿子橙是一种亮度较低的橙色，与橘色相比更温和些，让人看了更舒服，同时又不失醒目。

3.2.3 橙色 & 阳橙



- 这是一幅以食物为主题的设计作品。橙色能够促进人们的食欲，很适合用于食品广告中。
- 橙色作为一种暖色，容易给人带来积极向上的感觉，这使得橙色在现代设计中大量运用。

- 该作品是以插画的手法绘制而成，充满设计感，而背景色选用阳橙色，给画面增添活跃气息，这样的色彩搭配使画面整体统一、和谐。
- 阳橙色色彩饱和度较低，给人以柔和、温暖的感觉。

3.2.4 橘红 & 热带橙



- 这是一幅果汁的广告设计。画面以橘红为主色调，将瓶内果汁与荡漾的水面相结合，突出了橘红色动感、活跃的特质，给人活力四射的感觉。
- 橘红色更偏红色，给人以强烈的直观视觉冲击力。



- 这是一幅榨汁机的创意广告设计。画面中呈现的胡萝卜是模拟高速摄影下的破碎效果，可以勾起消费者的好奇心，从而抓住人们的眼球，右下角的产品图直截了当地对产品进行了宣传。
- 热带橙色的纯度稍低，但明度高，名字来自于热带水果，给人一种健康、欢乐的感觉，是一种明亮、热情的色彩。

3.2.5 橙黄 & 杏黄

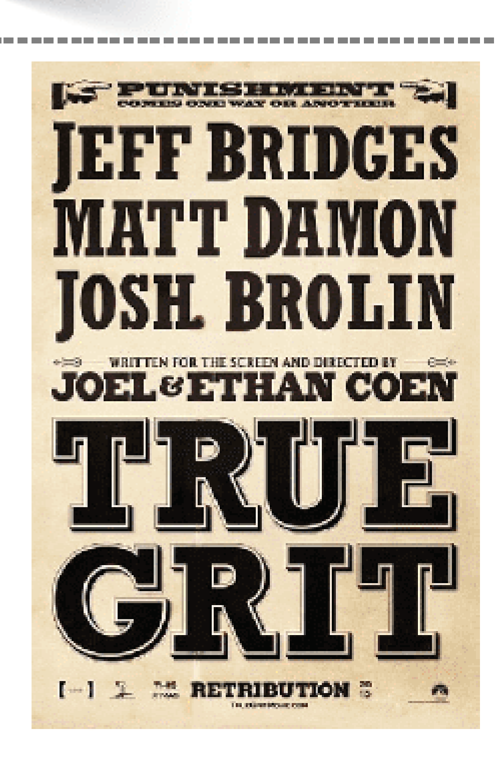


- 这是一幅果汁的广告设计。画面中果汁四溅，明亮的橙黄色配上健康的绿色，可以更好地衬托出产品的健康和美味。
- 橙黄更偏于黄色，常用于食物，是一种可以促进食欲的色彩。



- 这是一部冒险类型的电影宣传海报。故事讲述了一个男孩从懵懂无知到遇险蜕变的成长故事。海报将人和景进行混合，剪影处男孩低着头给人一种消沉、悲伤的视觉感。
- 杏黄色是一种纯度偏低的橙黄，少量使用就会带来极佳的效果，过多使用会给人一种烦闷、颓废的感觉。

3.2.6 米色 & 驼色

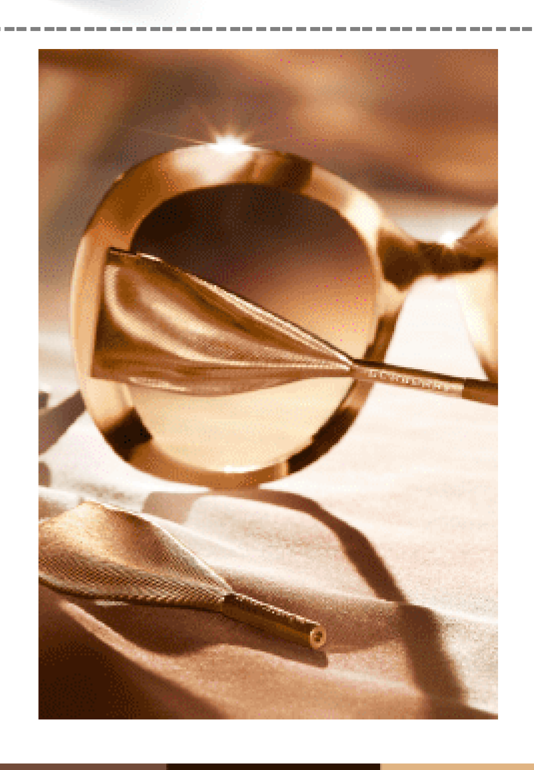


- 这是一幅以文字为主体的海报招贴设计作品。米色作为底色出现，更加凸显字体的立体感，给人一种典雅、稳定的视觉效果。
- 米色具有明亮、稳定、舒适的特性，在很多场合都能见到，即使大面积使用也不会产生厌烦。



- 这是一幅宠物护理的创意广告。该作品名字叫作“宠物们的淡淡忧伤”，暗喻了宠物身上容易滋生各种寄生虫，当它们抓耳挠腮时并不是在玩乐，请如同爱护自己一样爱护它们。
- 整体画面采用不同纯度的驼色，显得十分和谐，给人以舒适、柔和的视觉效果，更具亲和力，拉近了与消费者间的距离。
- 驼色接近于沙棕色，只是明度稍低，同样能给人稳定、温暖的感觉。

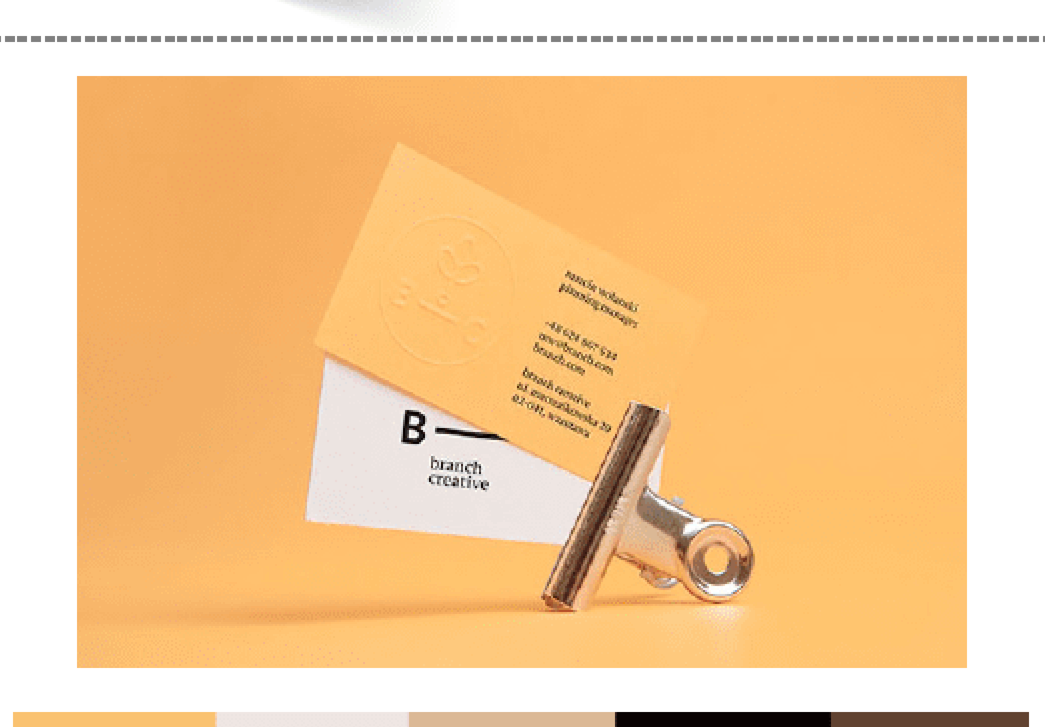
3.2.7 琥珀色 & 咖啡



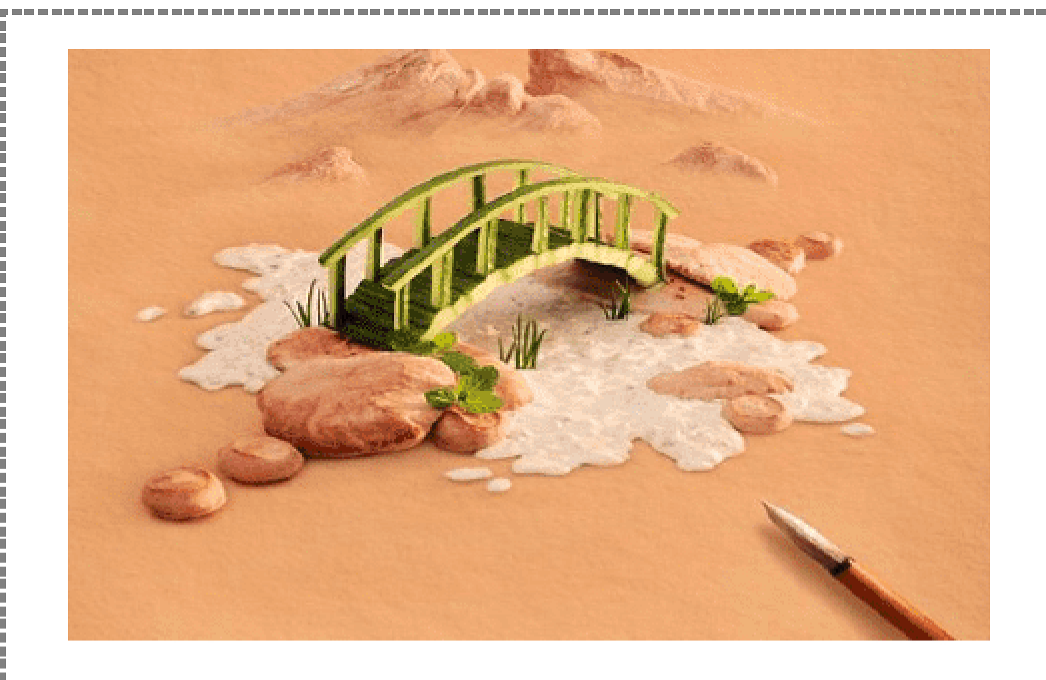
- 这是一幅墨镜的广告摄影作品。墨镜在阳光的照射下发散出琥珀般华贵的色彩，给人一种高贵的视觉感。
- 琥珀色介于黄色和咖啡色之间，给人一种清洁光亮、秀丽透彻的感觉。

- 这是一幅关于咖啡豆的广告。咖啡豆散落在地配合一系列的文字，起到稳定视觉的作用，给人一种咖啡般醇厚的感觉。
- 咖啡色是明度较低的褐色，由于重量感较大，所以不适合大面积使用，多用于起到稳定视觉的作用。

3.2.8 蜂蜜色 & 沙棕色



- 这是一幅名片设计作品。画面中名片和背景都统一在蜂蜜色系色彩之中，体现出名片的时尚设计风格。
- 蜂蜜色是明度较低的黄色，给人一种温暖、亲近的感觉。

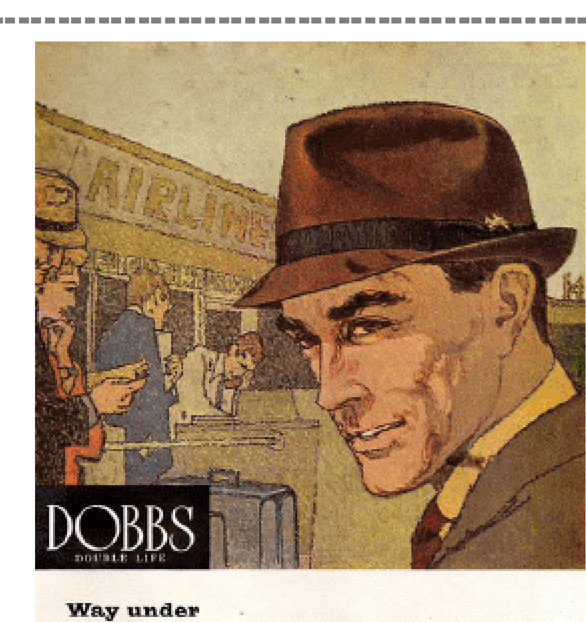


- 这是一幅绿色食品的创意广告。以食品为元素，搭建自然风景的创意设计十足。一个绿色小桥搭在沙漠之中，这种沙漠之中一点绿的创意给人一种希望、健康的视觉感受。
- 沙棕色纯度和明度较低，所以橙色的一些特性在沙棕色上会相应减少，多了些低纯度色彩厚重的特性。

3.2.9 巧克力色 & 重褐色



- 这是一幅巧克力的创意宣传海报。用巧克力做成人物剪影，创意满分。
- 巧克力色是一种棕色，保留了橙色的一些特性，给人一种温暖、积极的感觉，但由于本身纯度较低，视觉上使人产生浓重和厚重的感觉。由于是来自巧克力的色彩，所以多用于食物上。





- 这是一幅复古感的书籍内页排版作品。画面采用分割型的布局方式，使人物和文字进行上下分割。画面中戴着重褐色帽子的男子微微一笑，给人一种成熟、内敛的视觉感，加上特殊的字体，使整个画面充满复古气息。
- 重褐色作为一种比较内敛的色彩，一直无声地在各个领域广泛使用，特别是在海报设计中。

3.3 黄

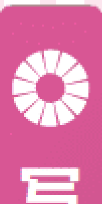
3.3.1 认识黄色

黄色：黄色是反光强烈的颜色，散发着活泼开朗、幸福喜悦的气息。黄色的主要特征是明亮，具有很强的扩张感和尖锐感，因为黄色容易吸引人的注意力，所以常常用在标识、交通标志和包装设计中。

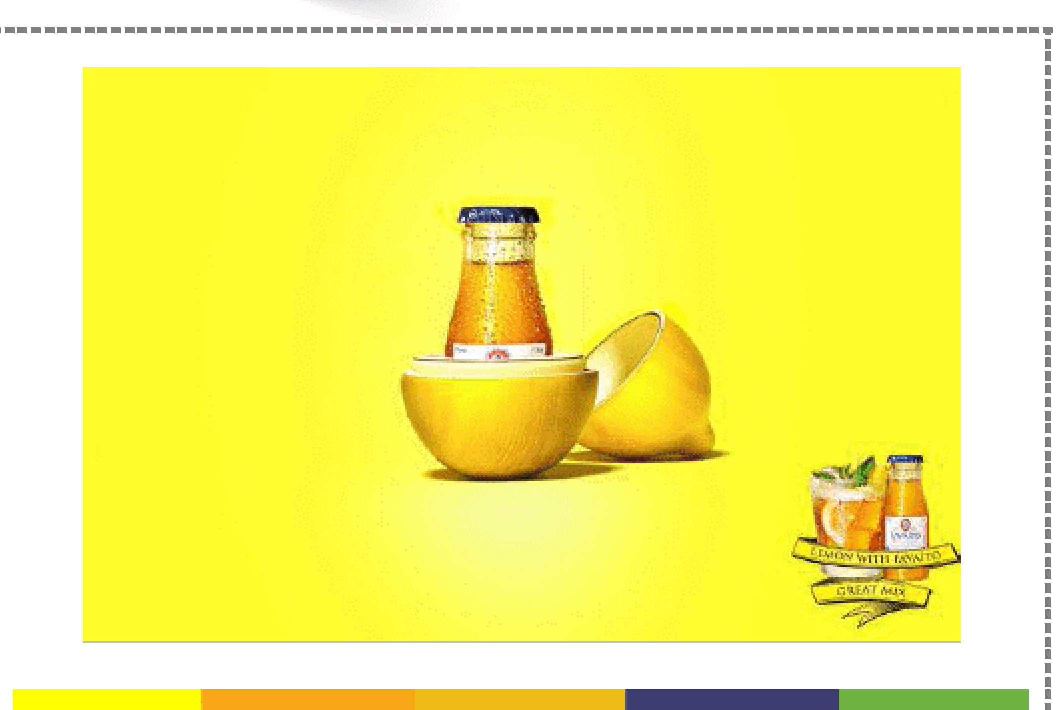
色彩情感：快乐、开朗、活力、阳光、警示、庸俗、廉价、吵闹。



黄 RGB=255,255,0 CMYK=10,0,83,0	铬黄 RGB=253,208,0 CMYK=6,23,89,0	金 RGB=255,215,0 CMYK=5,19,88,0	香蕉黄 RGB=255,235,85 CMYK=6,8,72,0
鲜黄 RGB=255,234,0 CMYK=7,7,87,0	月光黄 RGB=155,244,99 CMYK=7,2,68,0	柠檬黄 RGB=240,255,0 CMYK=17,0,84,0	万寿菊黄 RGB=247,171,0 CMYK=5,42,92,0
香槟黄 RGB=255,248,177 CMYK=4,3,40,0	奶黄 RGB=255,234,180 CMYK=2,11,35,0	土著黄 RGB=186,168,52 CMYK=36,33,89,0	黄褐 RGB=196,143,0 CMYK=31,48,100,0
卡其黄 RGB=176,136,39 CMYK=40,50,96,0	含羞草黄 RGB=237,212,67 CMYK=14,18,79,0	芥末黄 RGB=214,197,96 CMYK=23,22,70,0	灰菊色 RGB=227,220,161 CMYK=16,12,44,0



3.3.2 黄 & 铬黄





- 这是一幅关于饮品的广告设计。画面以黄色为主色调，整个画面明快、干净、亮眼，同时又给人欢快和活力感，而把饮料放进柠檬里，造型独特新颖。
- 采用鲜艳的颜色，能让消费者感觉产品十分新鲜、健康，符合饮品类广告主题。
- 黄色是明度较高的颜色，是充满活力和希望的颜色。

- 这是一幅关于饮品的广告设计。画面以铬黄色为基色调，而整体摆放设计感极强，给人一种清丽、个性的视觉感。
- 铬黄色没有黄色饱和度高，所以给人的感觉清新、知性。这是一种贵金属的色彩，和金色类似，但更偏向黄色，这个色彩的纯度和明度都非常高，是一种积极、活跃的色彩。

3.3.3 金 & 香蕉黄

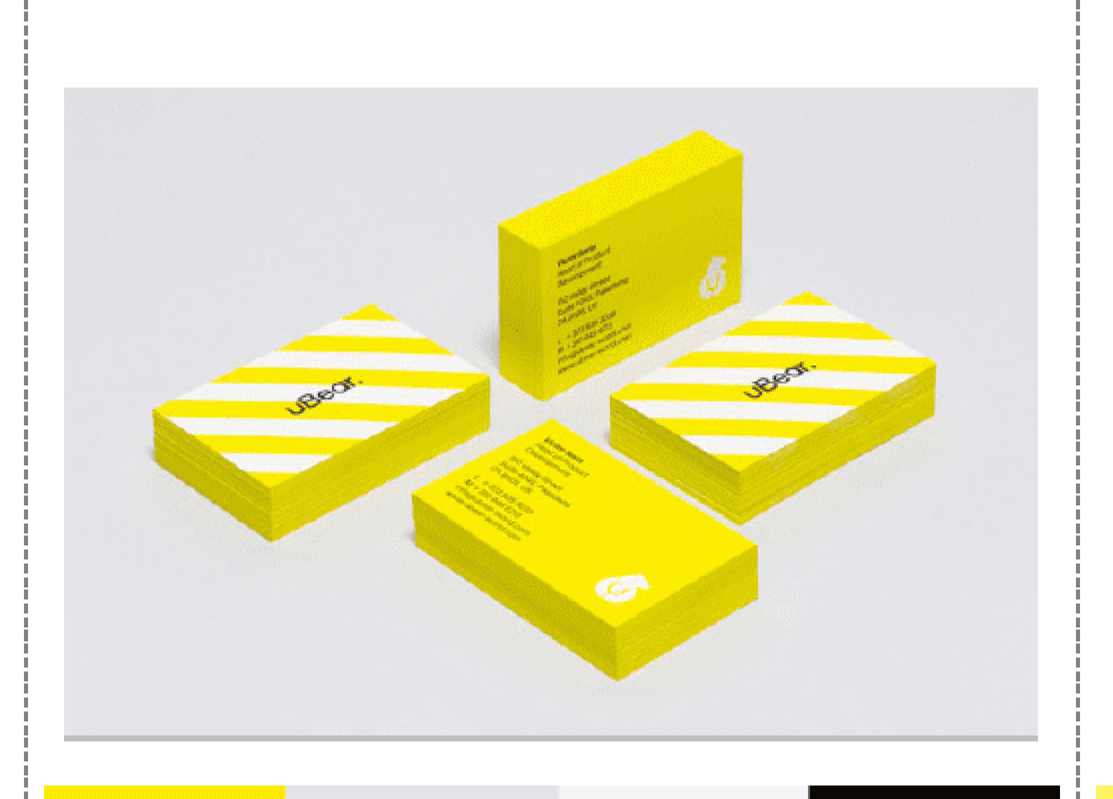




- 这是一幅以皮鞋为主题的创意广告。金粉在皮鞋上炸开，金色和低明度的黑色搭配对主体起到了很好的衬托作用，且更显活力，而背景色采用低明度的黄灰色，使整体画面更具时尚感。
- 金色容易让人联想到收获、财富，所以金色给人积极向上的感觉。

- 这是一幅网站促销页面作品。画面以香蕉黄为主色，黄色反光感很强，强烈的反光很容易抓住人们的视线。
- 在版面中搭配冷色系的深蓝色，对比强烈，产生一种亮眼而又不失生动的效果，十分醒目。

3.3.4 鲜黄 & 月光黄

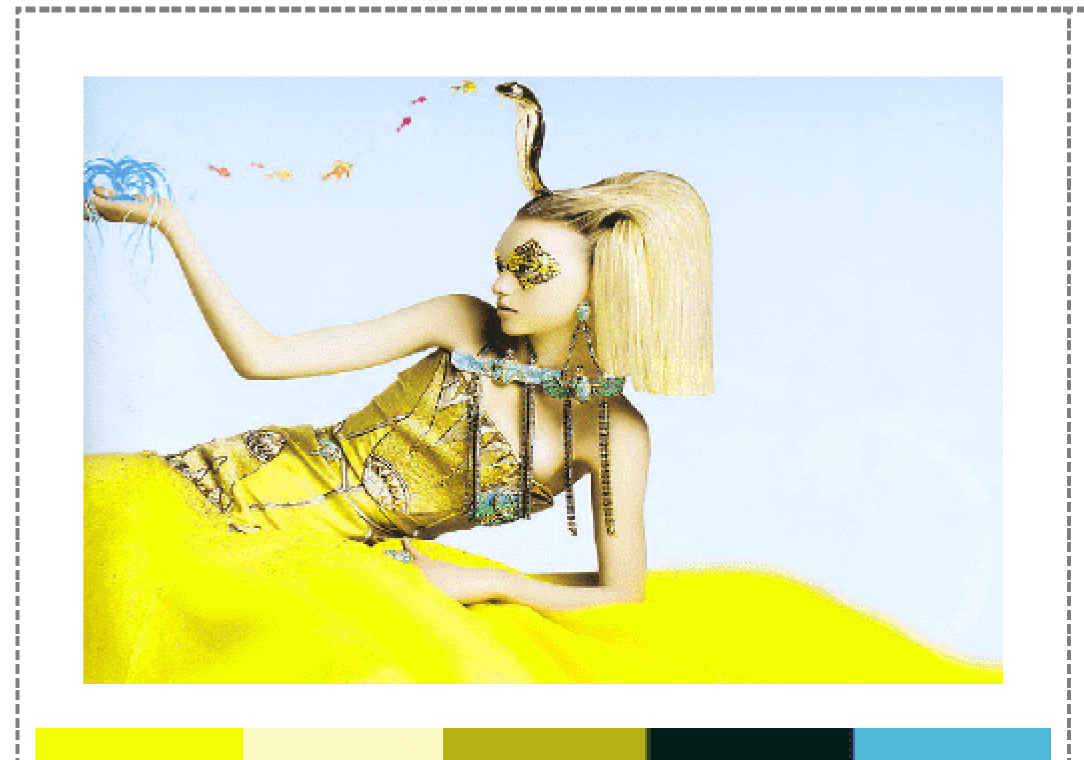




- 作品中名片的底色采用鲜黄色，搭配黑色字体，给人一种活力、时尚的视觉效果。
- 鲜黄色搭配白色和黑色两种无彩色，使得作品整体效果更协调。

- 这是一幅香水广告摄影作品。画面中香水的两旁摆放着鲜花和水果，说明该香水分为鲜花味和水果味，给人一种清新、轻松、明快的感觉，能让消费者感觉产品十分清香、优雅，适用的消费人群为青年。
- 月光黄明度高、饱和度低，是一种淡雅、温柔的颜色。

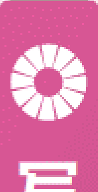
3.3.5 柠檬黄 & 万寿菊黄



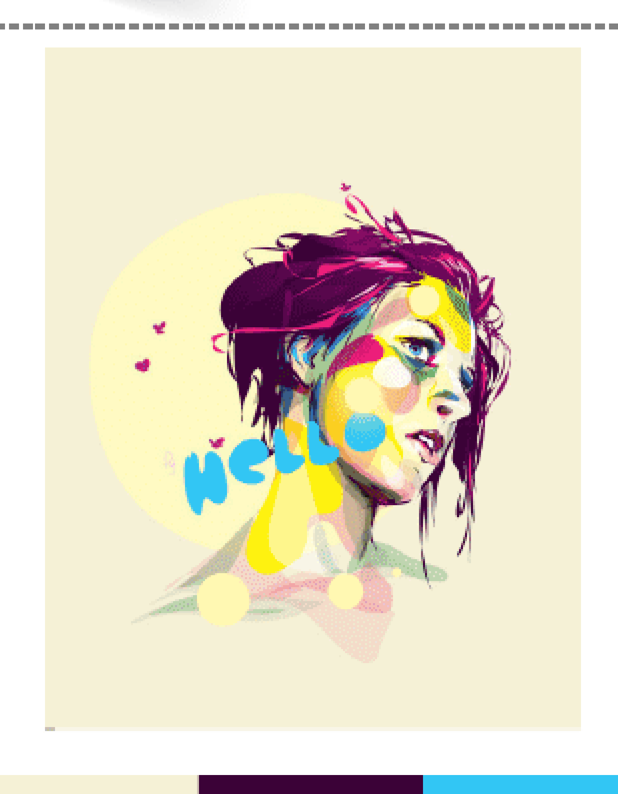


- 画面中人物服装的上半部分绘满金色的刺绣，下身则为新鲜柠檬黄的过膝欧根纱，而耳坠的绿色锦上添花，还有头上蛇的造型，整体营造出活跃、鲜甜的气氛。
- 柠檬黄偏绿，所以给人一种鲜活、健康的感觉，在以年轻人为受众的设计中经常看到。

- 这是一幅现代风格的室内设计。画面整体采用简约风格设计理念，大胆地使用万寿菊黄色的沙发和明度较低的墙壁搭配尤为亮眼，给人一种时尚、自然的视觉感。
- 万寿菊黄是来自于大自然的颜色，为高饱和度颜色，让人自然而然联想到鲜花、蔬果。



3.3.6 香槟黄 & 奶黄



- 这是一幅以人物为主题的插画感海报作品。画面整体颜色鲜艳，大胆的用色，符合现在年轻人的审美观，创意感十足。
- 人像身后香槟黄衬托出人物整体，使得画面前后分明，给人以温馨的视觉效果。
- 香槟黄色泽轻柔，如同质地轻盈的泡沫，给人具有温馨、活泼和大方的色彩感觉。



- 这是关于奶酪节的宣传海报设计。该节日是英国特有的节日，人们一起追着奶酪奔跑，尽情地释放自己，而将奶酪做成立体文字的样式，展现了奶酪的另一面。
- 奶黄是一种比较淡的黄色，作为一种常见色，让人不禁想起棉花糖、奶油等甜品。
- 奶黄色具有良好的亲和力，即使大面积使用，用户也不会觉得腻烦，而且明暗适中。

3.3.7 土著黄 & 黄褐

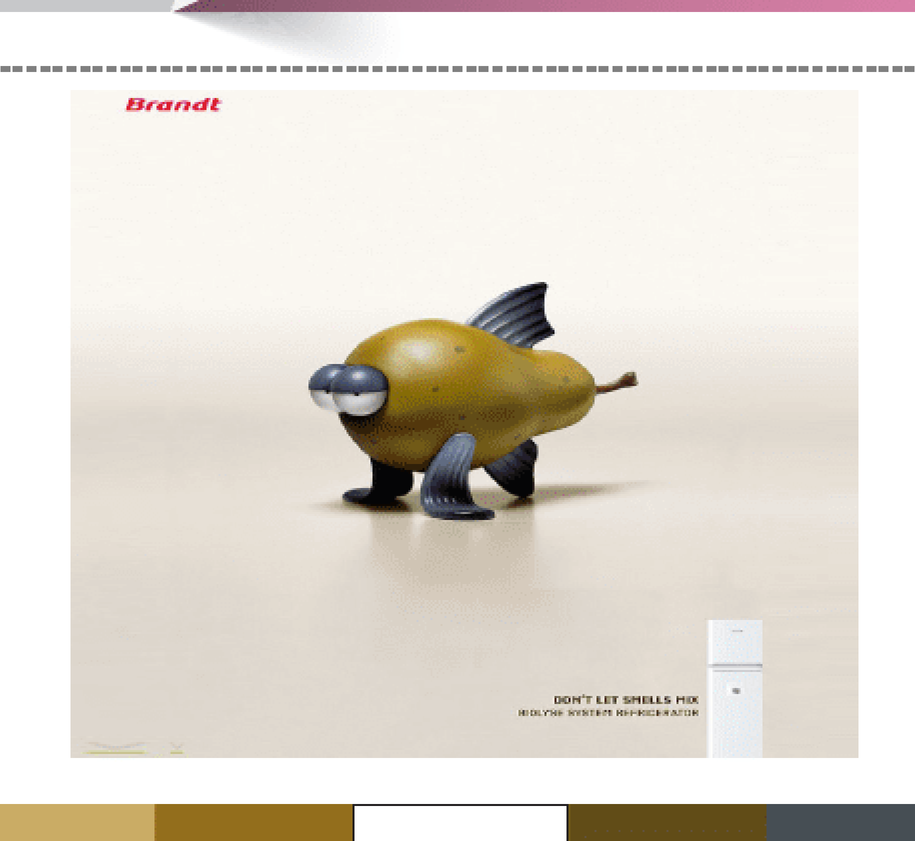


- 这是一幅香水的广告。人物胸前服饰扭曲的褶皱和下摆飘起的裙身交相辉映，仿佛奏响了一首交响曲。而香水瓶身大胆热情却保有华丽优雅的设计，加上金色图腾精美的印制，使其散发出浓浓的复古奢华风。
- 土著黄是纯度较低的黄色，是一种温暖、典雅、平易近人、富有历史感的色彩。



- 这是 Adidas 的一幅广告。广告直接用秋叶拼接成品牌的标志，采用了对称式构图，使作品整体更加稳定，通过使用三条白色线条让整幅作品更有节奏感，是一种新颖、独具特色的表现形式。
- 整个广告以黄褐色为主，给人一种温厚、恬静而怀念的感觉。
- 黄褐色明度适中，纯度较低，给人以成熟、稳重的感觉。

3.3.8 卡其黄 & 含羞草黄



- 这是一幅冰箱的广告设计。生动形象的鱼和梨子造型，使得广告十分有趣。“不要气味混合”，中间的卡通漫画对这句话进行了很好的诠释。整个画面简约、和谐，主题标识明确。
- 卡其黄名字来自波斯，意思是地球色或尘土被上色，卡其色在生活中比较常见，所以有亲切感。

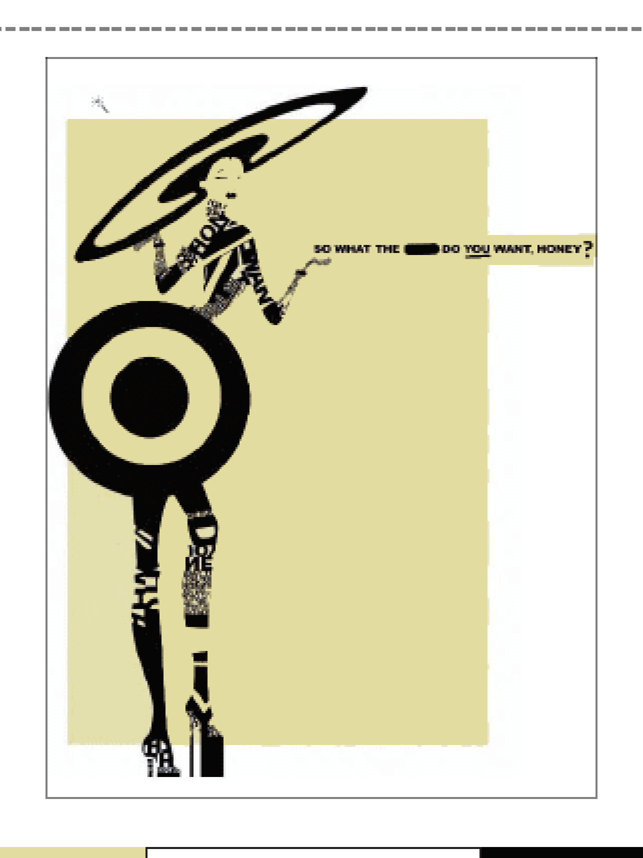


- 这是一幅皮包的广告设计。画面和文案都十分简单明了、直抒胸臆。这则广告采用含羞草黄作为背景，显得十分安静，前景又动感十足，所以一动一静做了很好的对比衬托，整体亮眼而不刺眼。
- 含羞草黄是一种欢快明亮，极具大自然气息的颜色，低明度的含羞草黄给人以静谧、低调、愉悦的感受。

3.3.9 芥末黄 & 灰菊色



- 这是一幅耳机的广告设计。把耳机装扮成具有代表性的人物头像效果，广告简洁大方、清楚明了。
- 以芥末黄作为背景色，是一种具有恬淡、时尚、优雅的色调。
- 芥末黄为偏绿的黄，和芥末酱颜色相似，属于暖色系。



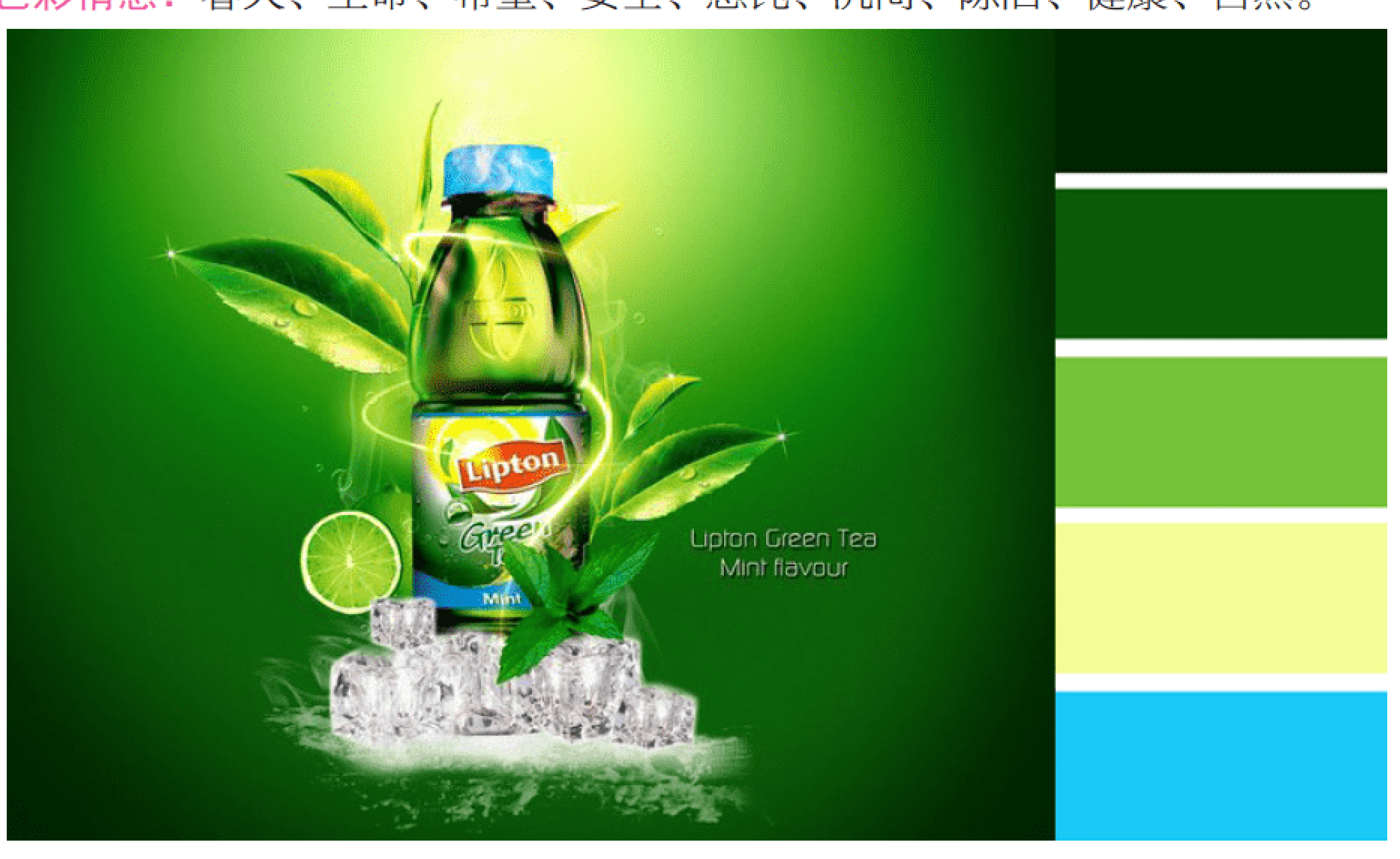
- 画面采用夸张的手法将文字和形状组合为充满时尚气息的优雅女性。画面背景色采用灰菊色，使得整体表现出来的视觉效果简洁、素雅、柔和。
- 灰菊色是一种优雅、成熟、具有韵味的色调。

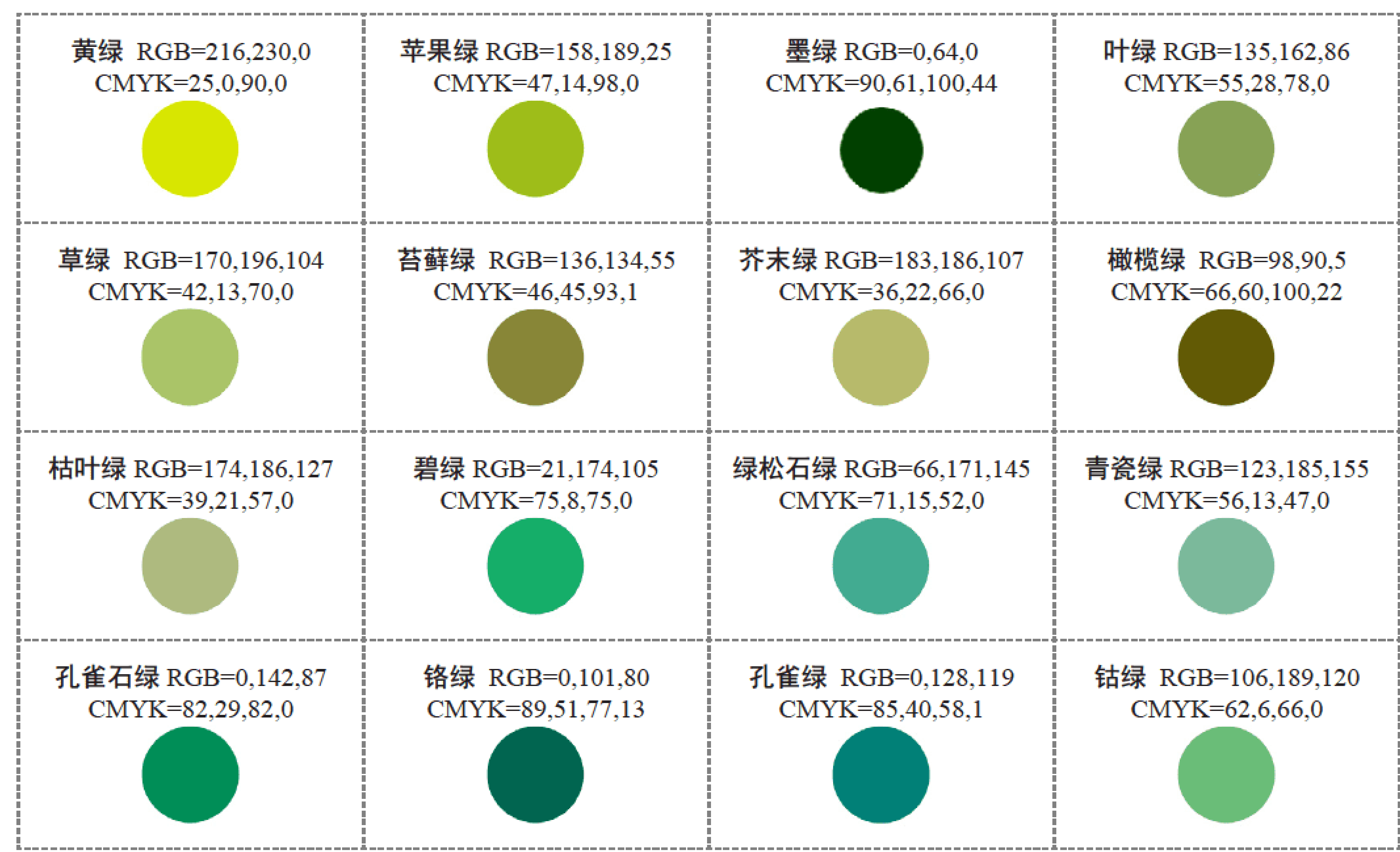
3.4 绿

3.4.1 认识绿色

绿色：绿色是一种表现和平、友善的平衡色，它可以融合多种色调，形成鲜活的、富有生机的颜色。绿色给人以新鲜健康的感觉，也可以联想到春意盎然的景象和新鲜无公害的蔬菜。而在明度低时或在某种特定的条件下，绿色也带有消极意义，有时可营造阴森、悲哀的气氛。

色彩情感：春天、生命、希望、安全、愚钝、沉闷、陈旧、健康、自然。



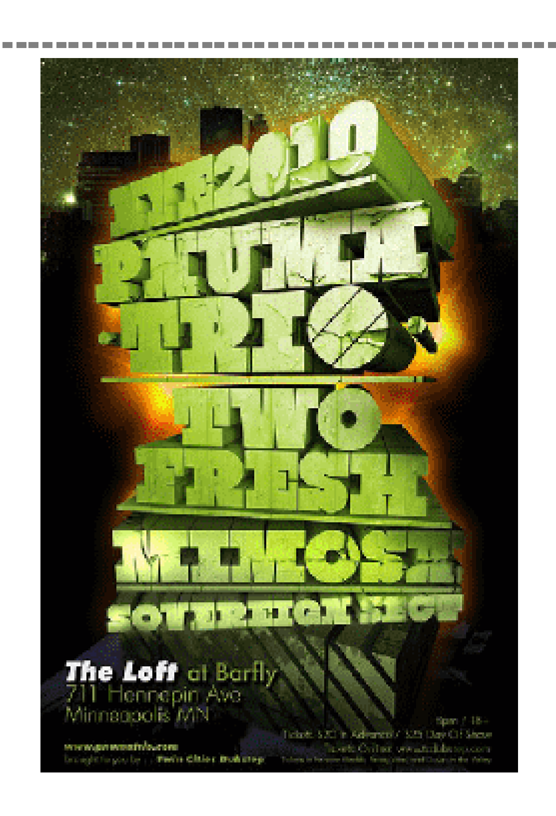


黄绿 RGB=216,230,0 CMYK=25,0,90,0	苹果绿 RGB=158,189,25 CMYK=47,14,98,0	墨绿 RGB=0,64,0 CMYK=90,61,100,44	叶绿 RGB=135,162,86 CMYK=55,28,78,0
草绿 RGB=170,196,104 CMYK=42,13,70,0	苔藓绿 RGB=136,134,55 CMYK=46,45,93,1	芥末绿 RGB=183,186,107 CMYK=36,22,66,0	橄榄绿 RGB=98,90,5 CMYK=66,60,100,22
枯叶绿 RGB=174,186,127 CMYK=39,21,57,0	碧绿 RGB=21,174,105 CMYK=75,8,75,0	绿松石绿 RGB=66,171,145 CMYK=71,15,52,0	青瓷绿 RGB=123,185,155 CMYK=56,13,47,0
孔雀石绿 RGB=0,142,87 CMYK=82,29,82,0	铬绿 RGB=0,101,80 CMYK=89,51,77,13	孔雀绿 RGB=0,128,119 CMYK=85,40,58,1	钴绿 RGB=106,189,120 CMYK=62,6,66,0

3.4.2 黄绿 & 苹果绿



- 这是一幅啤酒广告，酒瓶四周点缀着一些娱乐用品，体现出产品与愉快生活之间的联系，而整体色调以绿色为主，突出产品自然、健康的主题。
- 黄绿色寓意着春天，是生机和朝气的象征。



- 这是一幅三维立体感文字海报，背景选用夜晚中的城市，而文字从中爆发出来，给人一种强烈的视觉效果，苹果绿字体颜色更加凸显字体的立体感，给人沉重、稳定的视觉效果。
- 苹果绿是很清脆鲜甜的颜色，让人联想到蔬菜瓜果。但在明度较低的情况下，苹果绿也带有沉重的气氛。

3.4.3 墨绿 & 叶绿



- 这是一幅啤酒广告，画面中鼠标线被两个瓶盖折断，暗喻“从虚拟中走出”，以表达作品主题。
- 画面中鼠标和瓶盖倾斜划分版面，产品和标志处在对角线上，使整体画面具有平衡感。
- 背景采用不同明度的墨绿色，给人以空间感，墨绿色使整个广告富有生机，干净、自然。



- 这是一幅徽章的设计，该作品构图选用黑色为标志和文字的颜色，突出重心，避免产生凌乱，而整体色调以叶绿色为主色调，体现出自然、安全的视觉感，叶绿色在起到提亮的作用的同时，也没打破原有的和谐统一。
- 叶绿色是洋溢着盛夏色彩的颜色，体现着沉稳、舒适的视觉效果。

3.4.4 草绿 & 苔藓绿



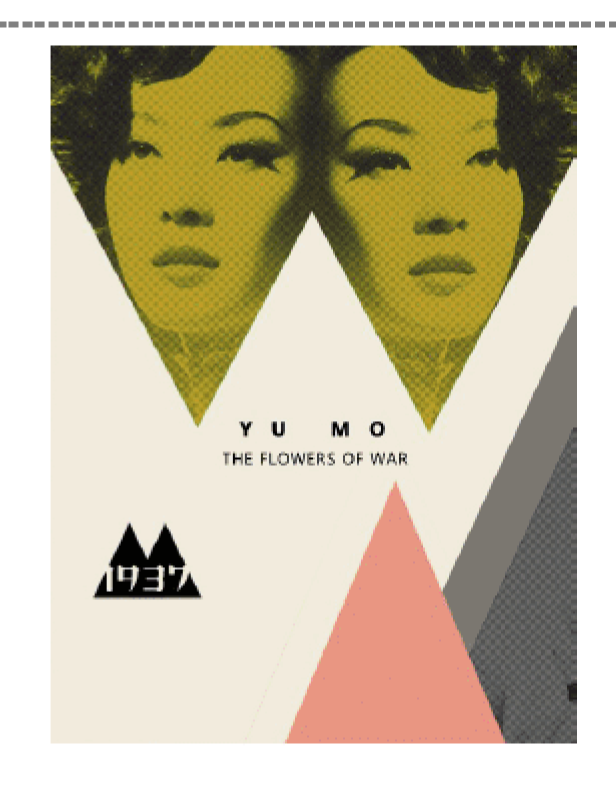


- 这是一幅喜剧之家的广告。整个画面构图简洁，中间的造型极具喜剧性，而右下角的商标运用对比色，十分醒目，整个广告采用草绿色做背景，给人以舒适、自然的视觉感，符合作品的主题。
- 草绿是具有青春、生机、生命力的颜色，象征着蓬勃生机，也给人以沉稳、知性的印象。

- 这是一幅演唱会海报。整个画面构图简洁，喷画式苔藓绿的背景搭配复古的白色文字，给人一种稳重、质朴的视觉感。
- 苔藓绿是一种自然的颜色，色彩饱和度较低，给人以低调、沉稳和干练的感觉。

3.4.5 芥末绿 & 橄榄绿

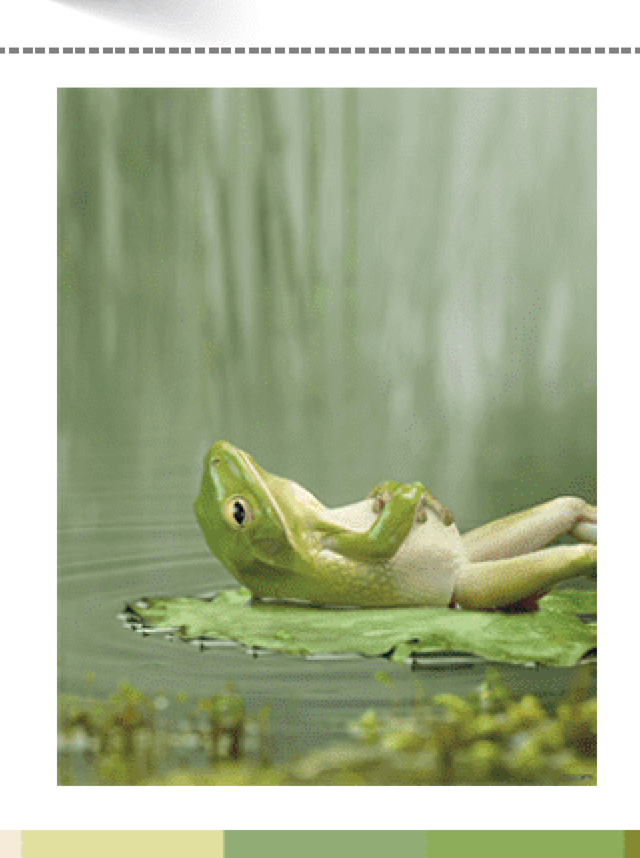




- 这是一幅棒棒糖的创意广告。整个画面构图简洁，中间的棒棒糖由英文字母构成，造型新颖别致，而右下角的商标运用对比色，十分醒目。整个广告采用灰绿色做背景，给人以平和、内敛的视觉感，符合作品的主题。
- 芥末绿明度较低，给人以优雅、低调的感觉。

- 这是一幅复古感招贴作品，招贴版式采用分割型的布局方式，将人物用图形的方式进行分割，而人物的色调和图形色彩相互呼应，使整体画面协调稳定。
- 此作品中人物处采用低纯明度的橄榄绿做背景色，意在营造一种低调、复古之感。
- 橄榄绿明度较低，给人以优美、抒情的印象。

3.4.6 枯叶绿 & 碧绿



- 这是一幅胃痛药的创意广告。画面中小青蛙捂着胃，形象拟人而夸张，生动有趣。
- 这个画面采用枯叶绿为主色调，颜色清新、自然，给人以纯朴、轻柔之感。
- 枯叶绿是一种很中性的颜色，给人以沉着、稳重、率性的感觉。
- 作品将不同色相、明度、纯度的绿色进行搭配，画面轻柔而舒适。



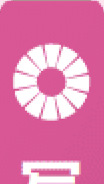
- 这是一幅啤酒创意广告。瓶盖被一种喷射而出的力量抛向空中，使画面更富动感和激情。
- 产品采用高纯明度的碧绿色，给人一种纯真、天然、健康的视觉感，让人感受到产品的质感。
- 碧绿色是自然清新的颜色，给人以清新、活泼的印象。

3.4.7 绿松石绿 & 青瓷绿

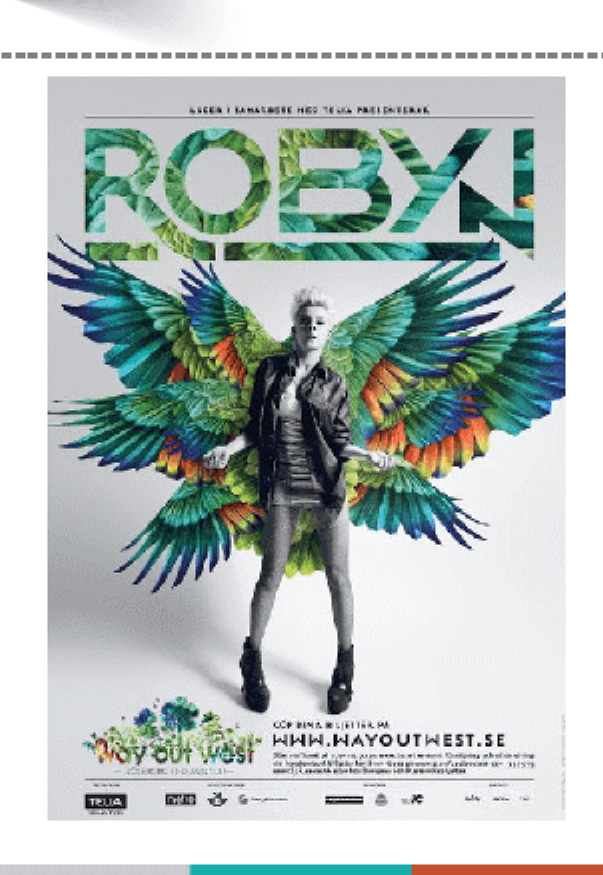


- 以绿松石绿作为背景色，中间的产品造型极具特色，也较为醒目，整体呈现出一种轻快、活力之感。
- 绿松石绿给人一种宝石般的轻灵、透彻之感。

- 这是一幅以金融为主题的设计作品。箭头从立体货币符号下方引出，极具空间感。
- 整体采用低明度的青瓷绿，给人一种清新、自然的感觉，青瓷绿为主色，搭配黑色文字，使得整个画面更加生动、有趣。
- 青瓷绿的明度较高，给人一种典雅、高贵的感觉。



3.4.8 孔雀石绿 & 铬绿





- 画面以人物为主体，背景和人物选用灰色调，而人物背后的一对对翅膀色彩鲜艳，海报主体文字也添加了翅膀图案样式，使得整体造型低调而不失华丽。
- 孔雀石绿色相饱和度较高，给人以饱满热烈的感觉。

- 画面整体采用做旧的手法，以铬绿与深棕两色将画面进行分割，整体造型简约大方。中间两条闪电式分割线使得画面更具活力。
- 铬绿色明度较低，给人一种深沉、厚重的感觉。

3.4.9 孔雀绿 & 钴绿





- 这是一幅以文字为主体的创意海报作品。以孔雀绿为主色调，明度适中，使得整体画面较为别致、醒目。
- 孔雀绿的颜色浓郁，给人以高贵、冷艳、神秘的感觉。搭配少量的深橘色，为画面增添了一丝跳跃感。

- 这是一幅口香糖的广告。整体画面清新、自然，背景色采用低纯度的钴绿，与产品本身的颜色十分协调、融洽。
- 画面使用不同明度的绿色，并通过设置阴影增强了空间感，给人良好的视觉感。
- 钴绿色明度相对较高，给人以强烈的活跃气息。

3.5 青

3.5.1 认识青色

青色：青色具有品位、高档的特点，同时能表现出一种精神性。色调的变化能使青色表现出不同的效果，青是一种底色，清冽而不张扬，尖锐而不圆滑。它象征着希望、坚强、古朴和庄重，这也是传统的器物和服饰常采用青色的原因。

色彩情感：欢快、淡雅、安静、沉稳、广阔、科技、严肃、阴险、消极、沉静、深沉、冰冷。



青 RGB=0,255,255 CMYK=55,0,18,0	铁青 RGB=82,64,105 CMYK=89,83,44,8	深青 RGB=0,78,120 CMYK=96,74,40,3	天青色 RGB=135,196,237 CMYK=50,13,3,0
群青 RGB=0,61,153 CMYK=99,84,10,0	石青色 RGB=0,121,186 CMYK=84,48,11,0	青绿色 RGB=0,255,192 CMYK=58,0,44,0	青蓝色 RGB=40,131,176 CMYK=80,42,22,0
瓷青 RGB=175,224,224 CMYK=37,1,17,0	淡青色 RGB=225,255,255 CMYK=14,0,5,0	白青色 RGB=228,244,245 CMYK=14,1,6,0	青灰色 RGB=116,149,166 CMYK=61,36,30,0
水青色 RGB=88,195,224 CMYK=62,7,15,0	藏青 RGB=0,25,84 CMYK=100,100,59,22	清漾青 RGB=55,105,86 CMYK=81,52,72,10	浅葱色 RGB=210,239,232 CMYK=22,0,13,0

3.5.2 青 & 铁青



- 这是一幅健身创意广告，整个画面色彩鲜明，给人强烈的青春气息。人在塑料袋中运动的创意，寓意有再大的困难也不能阻挡你的运动。
- 作品以青色为底色，加上高纯度的红色，强烈的对比给人一种亮丽、醒目的视觉感。
- 青色明度较高，所以在色彩搭配方面更引人注目。



- 该案例看似是剪纸拼贴画，其实是采用制图软件绘制而成。完美的光影层次，绝妙的色彩搭配，塑造了具有立体感的视觉效果。
- 画面构图简洁，而背景色采用铁青色与主体形成强烈对比，给人一种空间感。
- 铁青色属于低明度的色彩，给人以沉着、冷静的感觉。

3.5.3 深青 & 天青色



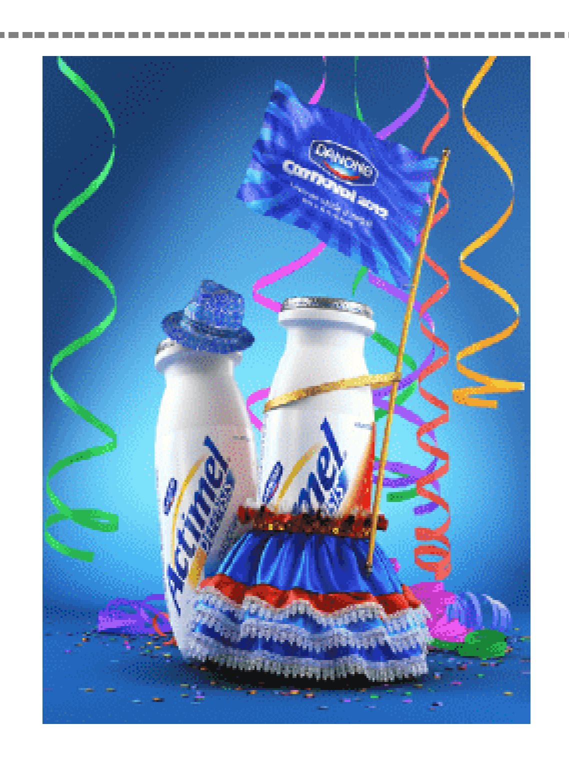
- 这是一幅商业标识设计作品，整体画面构图简洁，底色采用不同明度的深青色，搭配居中的图标和文字，别具创意且更加率性，给人一种低调、稳重的视觉感。
- 深青色明度较低，给人以沉着、慎重的感觉。



- 这是一幅超现实主义摄影作品，照片中这些天马行空的场景，全都是作者采用油漆、电线、纸，甚至还用了干冰创造出来的。这些美轮美奂的场景，给人一种清新、淡雅的视觉效果，且青色与红色搭配相得益彰，画面整体配色舒适、和谐。
- 天青色会让人联想到晴朗的天空，是一种令人身心愉悦的颜色。

3.5.4 群青 & 石青色

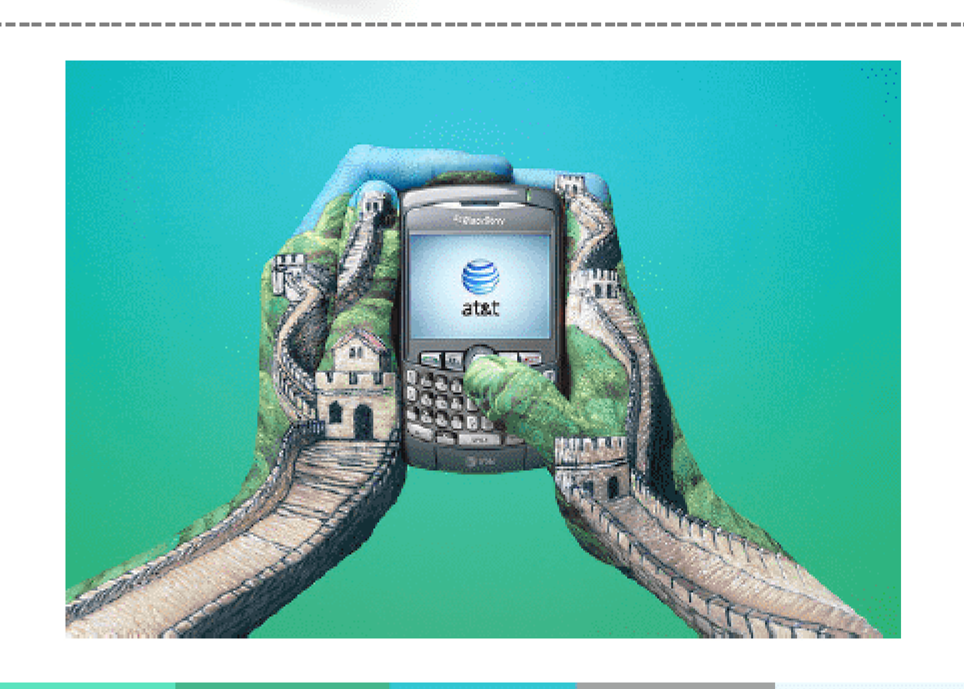




- 该案例中的版式采用了倾斜型的布局方式，版面主体形象作倾斜编排，造成版面强烈的动感和不稳定性，而浅蓝色的背景柔和而淡雅，起到了很好的调和作用，且与群青色剪影融合，营造出高贵性感的氛围。白色的文字醒目而突出，使画面达到平衡、稳定的效果。
- 群青色饱和度较高，更偏蓝色，给人以深邃、空灵的感觉。

- 这是一幅饮品广告。画面中将饮品装扮成戴帽子的男孩和穿裙子的女孩，加上四周的丝带和饮品下方的彩片使得整体元素更加丰富多彩，给人一种聚会、热闹的视觉感。背景采用不同明度的石青色，使整体画面更具空间感。
- 石青色明度较高，给人以新鲜、亮丽的感觉。

3.5.5 青绿色 & 青蓝色





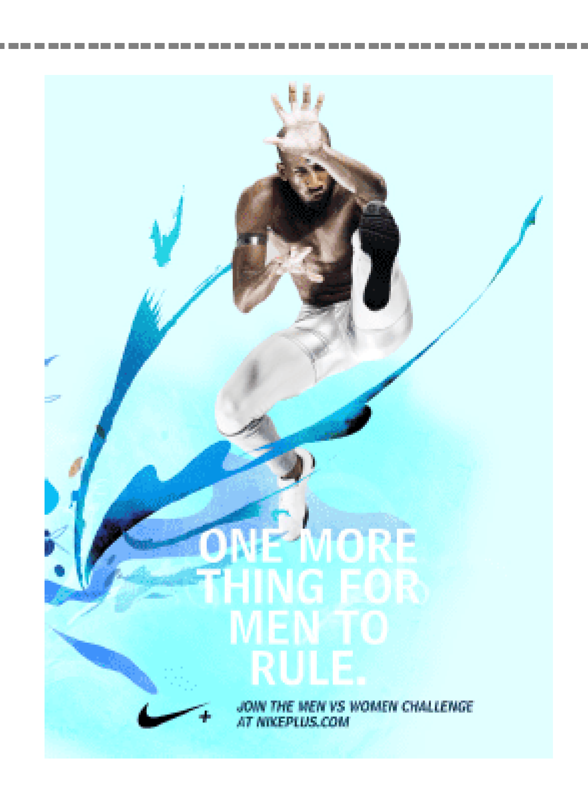
- 这是一幅手机广告。画面中双手握住手机并按键，采用手绘的方式绘制出具有中国文化特色的长城。
- 背景色采用的是由青绿色到蓝色的渐变色，给人明快、鲜亮的视觉感，能够吸引消费者的目光。
- 青绿色明度较高，给人一种清新、灵活、生动的视觉感受。

- 这是一幅关于海洋的公益广告，画面中包着纱布的乌贼在和小鱼对话，让整个画面夸张、生动。
- 该广告采用低纯度、渐变式的青蓝色，给人一种柔和、深邃而纯粹的视觉感。
- 青蓝色明度不高，稍微偏灰，给人以忧郁、悲伤的感觉。

3.5.6 瓷青 & 淡青色



- 这是一幅纯净水的广告。把西瓜变成载水的容器，给人一种清爽、明净之感，淡雅的瓷青色具有蓝色的镇定作用，不同明度的瓷青色，加上一点西瓜的绿色点缀，有放松心情的作用。
- 瓷青色色如其名，如同瓷器般轻薄精致，给人一种淡雅、舒适的视觉效果。

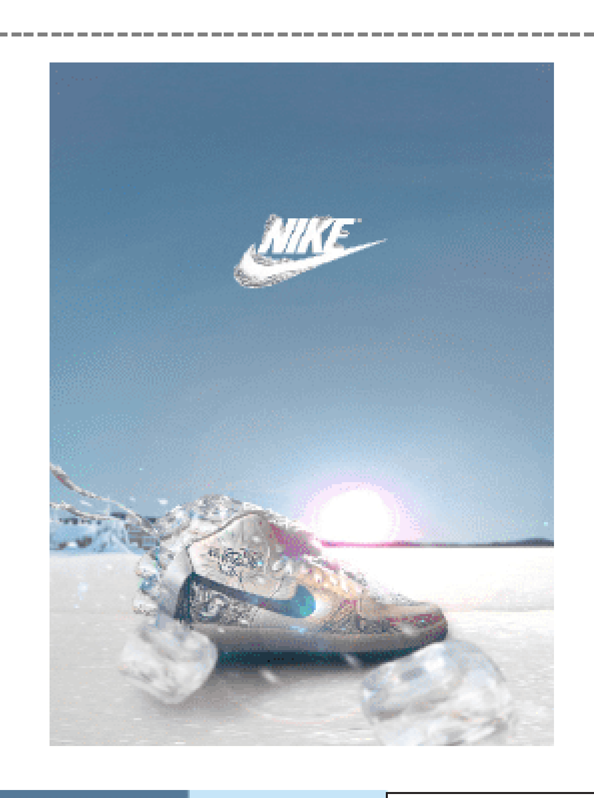


- 这是耐克的一幅广告。画面中人物做着跨栏的动作，运动感十足，加上不同明度的淡青色作为背景色，给人一种淡雅、时尚的视觉感。
- 淡青色明度高，给人一种纯净清冷、纤尘不染的视觉感受。

3.5.7 白青色 & 青灰色



- 服装整体以淡青色波点为主体元素，波点蝴蝶结帽和波点水桶包以及波点中筒袜、波点凉鞋都紧扣主题，整体造型显得清新可爱，给人一种清纯可人的视觉感。
- 白青色的服饰给人以清新、淡雅的感觉。



- 这是一幅运动鞋的创意广告。画面风格简洁明快，以青灰色做背景，配以白色，让整个画面鲜活、明亮。
- 品牌标识用白色，放在正上方，醒目却不刺眼，并与主体鞋相呼应。整体画面给人舒适的过渡感。
- 青灰色颜色为中明度，纯度也较低，所以给人一种朴素、静谧的感觉。

3.5.8 水青色 & 藏青

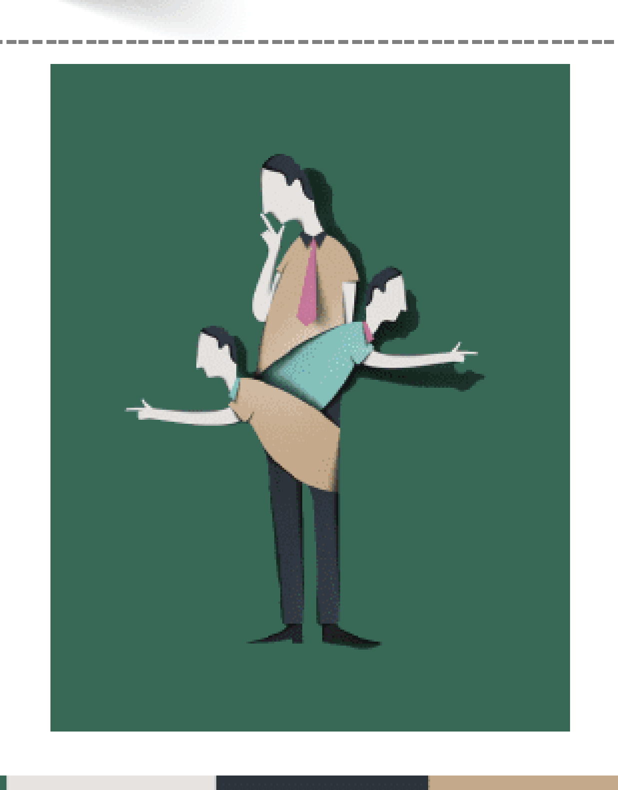




- 这是一幅矿泉水的广告。画面将矿泉水摆放在中间的位置，配上青色的鲜花、蝴蝶做点缀，给人一种清爽、舒适的视觉感，而标题是花环造型，设计感十足，整体画面给人清爽明快的感觉。
- 水青色色彩冷冽、清凉，易联想到纯净的山泉和寒冷的冰山，给人以清新、舒适的感受。

- 这是一幅珠宝广告摄影作品。画面中一个浑身镶满宝石的猎豹站在藏青色宝石上，衬托整体更显神秘、稳重，整体设计颇具创意感。
- 藏青色其颜色明度较低，通常给人以理智、坚毅、勇敢的印象。

3.5.9 清漾青 & 浅葱色





- 该案例看似是剪纸拼贴画，其实是采用软件绘制而成，光影层次塑造了具有立体感的视觉效果，画面中三个人身占用一双腿的造型，展现别致的设计感，而背景色选用清漾青色，整体搭配个性鲜明、稳重。
- 清漾青的色彩倾向于墨绿，是一种孤傲、自我的颜色，也是很有历史色彩的颜色。

- 这是一幅体育竞赛海报封面，画面中将赛道用夸张的形式设计在云中，体现出急速的运动感，而画面中一些表情丰富的小人头像造型更是展现出整体的层次感。
- 背景色采用浅葱色为基调，增添了童真稚嫩的气息。
- 浅葱色是很空灵纯净的颜色，淡绿中透着些许青色，给人以“清水出芙蓉，天然去雕饰”的视觉感受。

3.6 蓝

3.6.1 认识蓝色

蓝色：蓝色是知性而浪漫的颜色，意味着沟通与和平，会令人联想到湛蓝的天空和蔚蓝的海水。纯净的蓝色表现出智慧、魅力、安静、祥和的感情。蓝色所表达的情感气息为优雅有教养，性情爽快，物欲淡薄。

色彩情感：沉静、冷淡、理智、高深、科技、沉闷、死板、陈旧、压抑。



蓝色 RGB=0,0,255 CMYK=92,75,0,0	天蓝色 RGB=0,127,255 CMYK=80,50,0,0	蔚蓝色 RGB=4,70,166 CMYK=96,78,1,0	普鲁士蓝 RGB=0,49,83 CMYK=100,88,54,23
矢车菊蓝 RGB=100,149,237 CMYK=64,38,0,0	深蓝 RGB=1,1,114 CMYK=100,100,54,6	道奇蓝 RGB=30,144,255 CMYK=75,40,0,0	宝石蓝 RGB=31,57,153 CMYK=96,87,6,0
午夜蓝 RGB=0,51,102 CMYK=100,91,47,9	皇室蓝 RGB=65,105,225 CMYK=79,60,0,0	浓蓝色 RGB=0,90,120 CMYK=92,65,44,4	蓝黑色 RGB=0,14,42 CMYK=100,99,66,57
爱丽丝蓝 RGB=240,248,255 CMYK=8,2,0,0	水晶蓝 RGB=185,220,237 CMYK=32,6,7,0	孔雀蓝 RGB=0,123,167 CMYK=84,46,25,0	水墨蓝 RGB=73,90,128 CMYK=80,68,37,1

3.6.2 蓝色 & 天蓝色



- 这是一幅薯片的创意广告。整体采用蓝色为主色调，蓝色背景与食物形成了强烈的视觉冲击，十分醒目，吸引消费者的眼球。
- 主题文字中和了蓝色带来的视觉疲劳，搭配恰当。
- 蓝色颜色纯度高，色彩鲜艳，给人以真实、时尚的感觉。



- 这是一幅矿泉水广告。画面中运用了夸张手法将风景与矿泉水瓶相结合，给人一种心情舒适、清凉的视觉感。
- 天蓝色明度高但纯度较低，色彩纯净，易让人联想到广阔晴朗的天空。天蓝色给人以豁达、开阔的感觉。

3.6.3 蔚蓝色 & 普鲁士蓝



- 这是一幅胃药的创意广告。画面中将胃药与灭火器相结合，暗喻该产品的疗效显著，文字也明显地表达了产品的功效。
- 整体画面以蔚蓝色作为主色调，采用径向渐变的方式绘制背景色，使背景与产品形成完美的融合，给人以稳定、低调的视觉感。
- 蔚蓝色在蓝色系中明度适中，给人一种自然、稳重的感觉。



- 这是一幅化妆品的广告。通过不同明度普鲁士蓝的运用，营造出夜晚的感觉，与产品“夜间肌肤自然再生”的主旨相呼应。
- 画面中大量木槿花元素的应用，体现出该产品中含有木槿花成分，整体造型简洁、率性，完美地展现了广告的主题。
- 普鲁士蓝色彩饱和度偏低，是一种低明度高纯度的蓝色，给人以深沉、内敛的感觉，而且不乏神秘感。

3.6.4 矢车菊蓝 & 深蓝

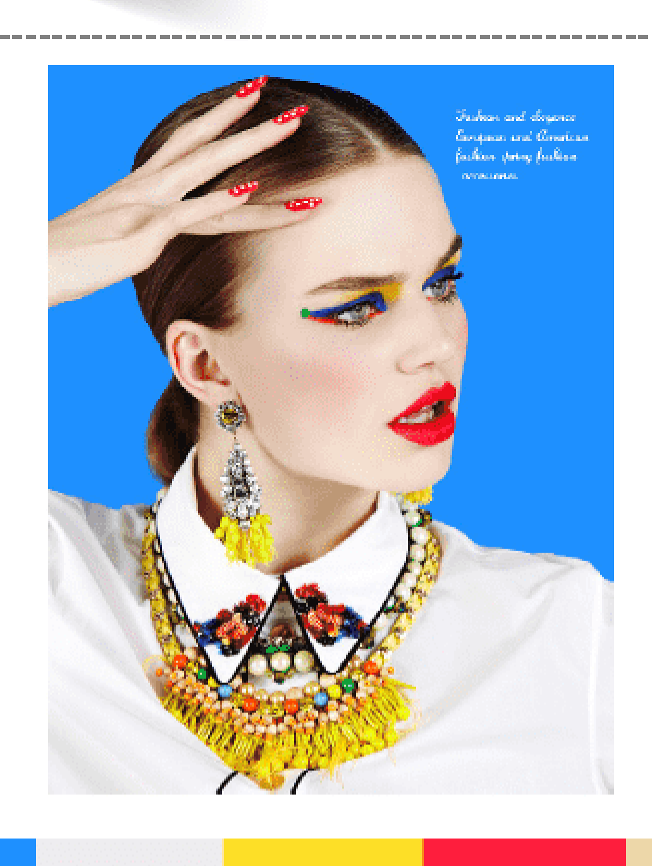


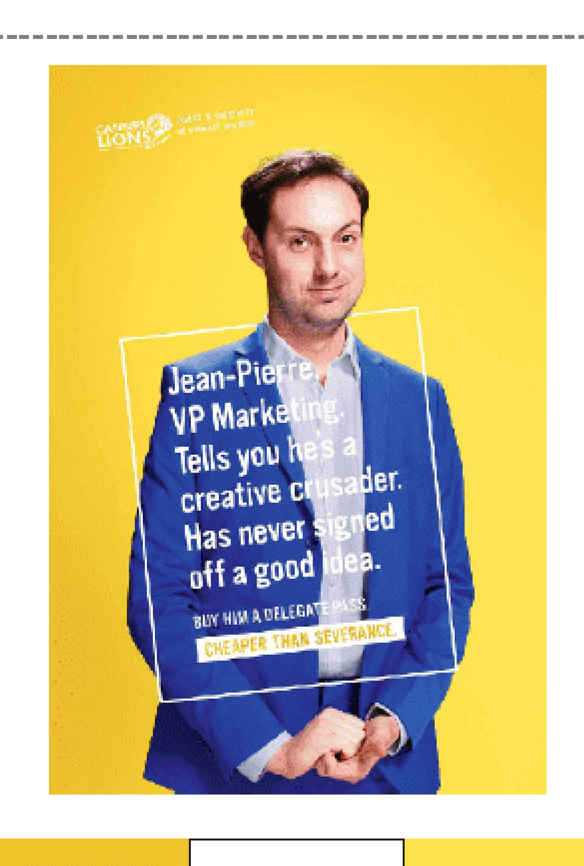


- 这是一幅运动鞋的创意广告。画面中彩带缠绕着运动鞋，而运动鞋带着一对翅膀，背景选用天空，暗喻运动鞋的轻盈、舒适之感，整体搭配清新亮眼，造型简约却不单调。
- 矢车菊蓝给人一种朦胧感，具有清爽、舒适的独特质感。

- 这是一幅以节约电能为主题的宣传海报。画面整体以深蓝色为主基调，与黄色搭配，为画面整体增添了一份亮丽。中间的动物举着牌子，牌子上文字与图像点明了主题。
- 深蓝色明度低但饱和度高，是接近深黑的颜色，是最常见的低明度色彩之一，给人一种神秘而深邃的视觉感。

3.6.5 道奇蓝 & 宝石蓝





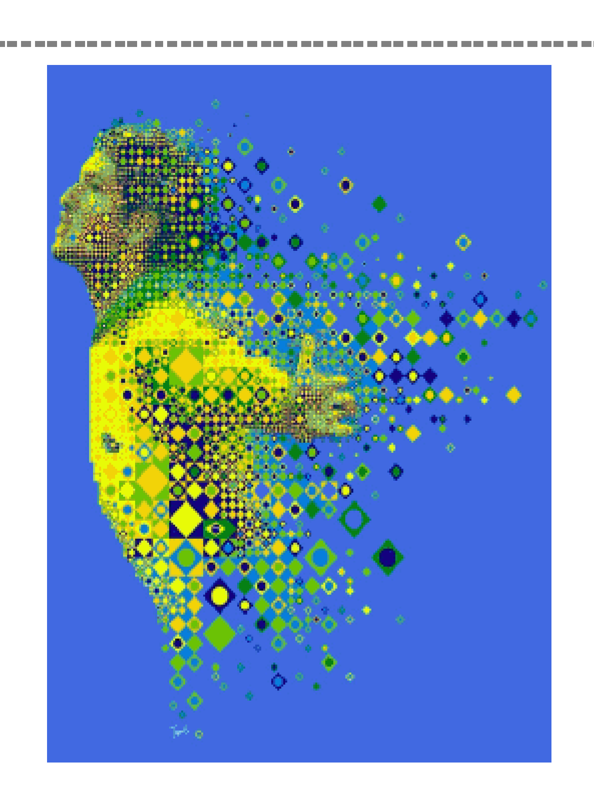
- 本摄影作品中人物的妆容与配饰造型标新立异，且背景选用道奇蓝，整体画面充满了穿越古今的古典美与现代感结合的视觉冲击，饱含一份性感、奔放的视觉效果。
- 道奇蓝明度较高，具有一般蓝色的共性，给人以迪士尼童话般的幻想。

- 这是一幅创意海报设计。画面中选用不同明度的铬黄为背景色，而人物与文字以穿插的布局方式体现出画面空间感，整体造型给人一种沉静、理智的视觉效果。
- 宝石蓝明度和色彩饱和度都较高，成色纯透鲜艳，给人以稳重、权威的感觉。

3.6.6 午夜蓝 & 皇室蓝

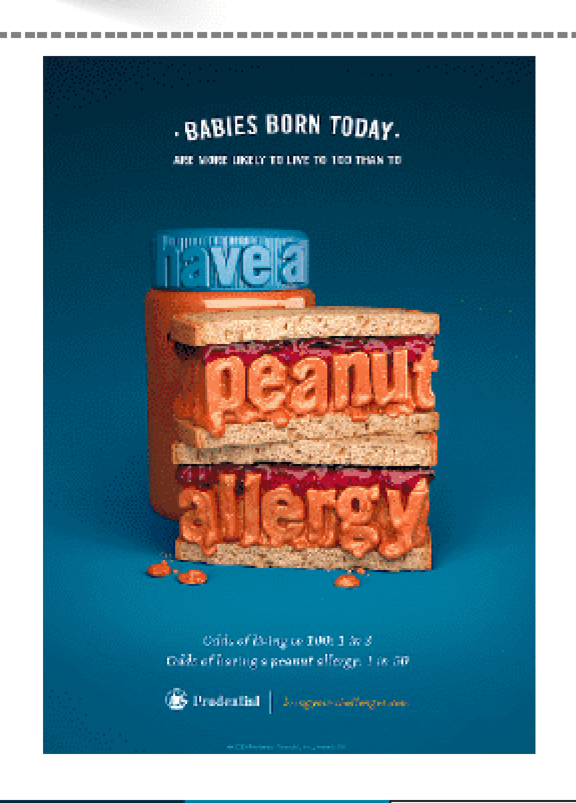


- 这是一幅奥利奥的广告。顶部白色动画极具创意，给人以活泼、有趣的视觉感受，吸引了年轻消费者群体。
- 采用不同纯度的午夜蓝作为背景色，以产品为中心向外延伸，突出了产品，同时提高了画面的重量感。
- 午夜蓝颜色是一种低明度高饱和度的色彩，易让人联想到静谧的夜空，给人以神秘、沉稳的感觉。

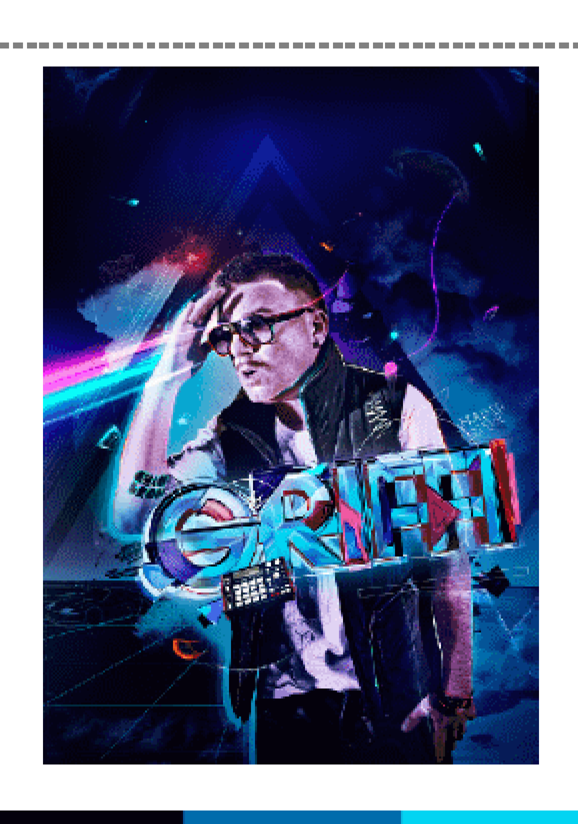


- 这是一幅足球明星艺术海报。采用皇室蓝作为背景色，而画面整体运用了方块、菱形等几何元素来构图，给人以逐渐消失的即视感。
- 皇室蓝饱和度较低，给人以低调、柔和的视觉感。

3.6.7 浓蓝色 & 蓝黑色



- 该案例采用不同明度的浓蓝色为背景色，中间食物果酱部分和字体相结合的设计具有立体感和空间感，整体造型让人产生稳重、高雅的联想。
- 浓蓝色饱和度较高但明度较低，具有浓郁的异域风情，给人以神秘、优雅的感觉。



- 这是一幅创意摄影作品。画面采用蓝黑色、青色和洋红色搭配，整体配色舒适、和谐，使作品层次丰富，给人一种科技、迷幻的视觉感受。
- 蓝黑色明度低但饱和度高，是一种万物沉寂的色彩，给人以冷静、理智的印象。

3.6.8 爱丽丝蓝 & 水晶蓝





- 这是一幅关于环保的创意设计作品。画面中一个绿色环境下的水源和污染过的水源同时注入杯中的创意，让人产生联想，更具有寓意性。整体画面简洁明了，突出了保护环境的主题。
- 爱丽丝蓝清新淡雅，给人以凉爽、平静的感觉。

- 该案例是音乐主题的海报设计作品。海报中的版式采用重心式的布局方式，背景色与中间的图案形成对比，增强了版面的动感与活力，版面中以水晶蓝色为背景色，给人以清新、淡雅的感觉。
- 水晶蓝明度较高，给人以轻盈、纯粹的印象，是当代的流行色之一。

3.6.9 孔雀蓝 & 水墨蓝





- 这是一幅饮品创意广告。该作品以不同明度和纯度的孔雀蓝做背景，产品包装上的蝴蝶结尤为显眼，很好地展现了产品，整体画面给人一种充沛的活力感。
- 孔雀蓝明度适中、饱和度较高，色彩重量感较大，具有稳重的特性。

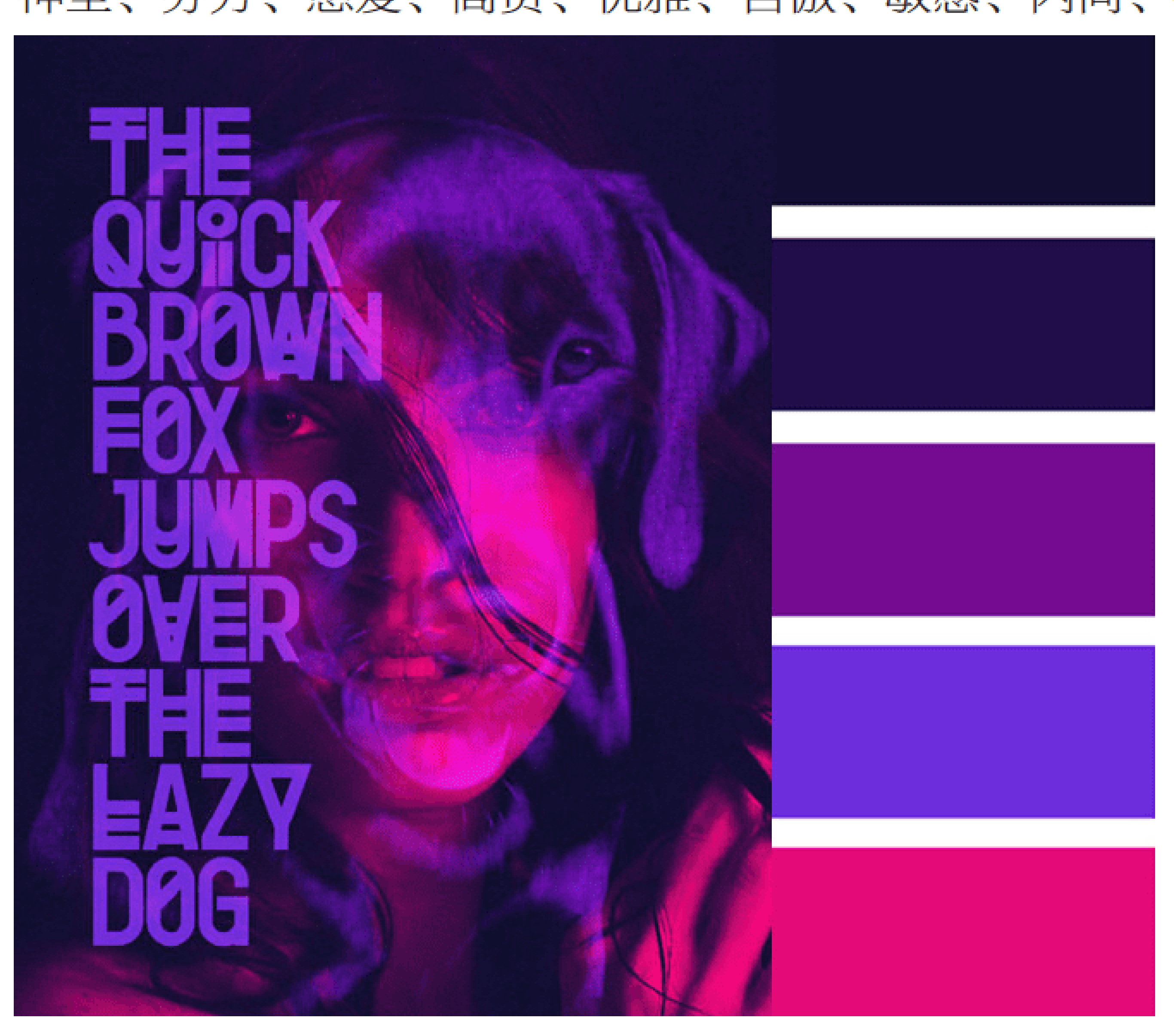
- 这是一幅创意插画作品。画面采用水墨蓝为背景色，加上酷炫的字体设计，整体造型简约中不失动感。
- 水墨蓝纯度较低，稍微偏灰色调，给人以谨慎、坚实的视觉效果。

3.7 紫

3.7.1 认识紫色

紫色：紫色是高贵而奢华的色彩，其中又夹杂着忧伤的情感。它还具有权威、声望的含义。在中国传统里，紫色向来是尊贵的颜色，例如北京故宫又称为“紫禁城”，亦有所谓“紫气东来”的含义。

色彩情感：神圣、芬芳、慈爱、高贵、优雅、自傲、敏感、内向、冰冷、严厉。



紫色 RGB=102,0,255 CMYK=81,79,0,0	淡紫色 RGB=227,209,254 CMYK=15,22,0,0	靛青色 RGB=75,0,130 CMYK=88,100,31,0	紫藤 RGB=141,74,187 CMYK=61,78,0,0
木槿紫 RGB=124,80,157 CMYK=63,77,8,0	藕荷色 RGB=216,191,206 CMYK=18,29,13,0	丁香紫 RGB=187,161,203 CMYK=32,41,4,0	水晶紫 RGB=126,73,133 CMYK=62,81,25,0
矿紫 RGB=172,135,164 CMYK=40,52,22,0	三色堇紫 RGB=139,0,98 CMYK=59,100,42,2	锦葵紫 RGB=211,105,164 CMYK=22,71,8,0	淡紫丁香 RGB=237,224,230 CMYK=8,15,6,0
浅灰紫 RGB=157,137,157 CMYK=46,49,28,0	江户紫 RGB=111,89,156 CMYK=68,71,14,0	蝴蝶花紫 RGB=166,1,116 CMYK=46,100,26,0	蔷薇紫 RGB=214,153,186 CMYK=20,49,10,0

3.7.2 紫色 & 淡紫色

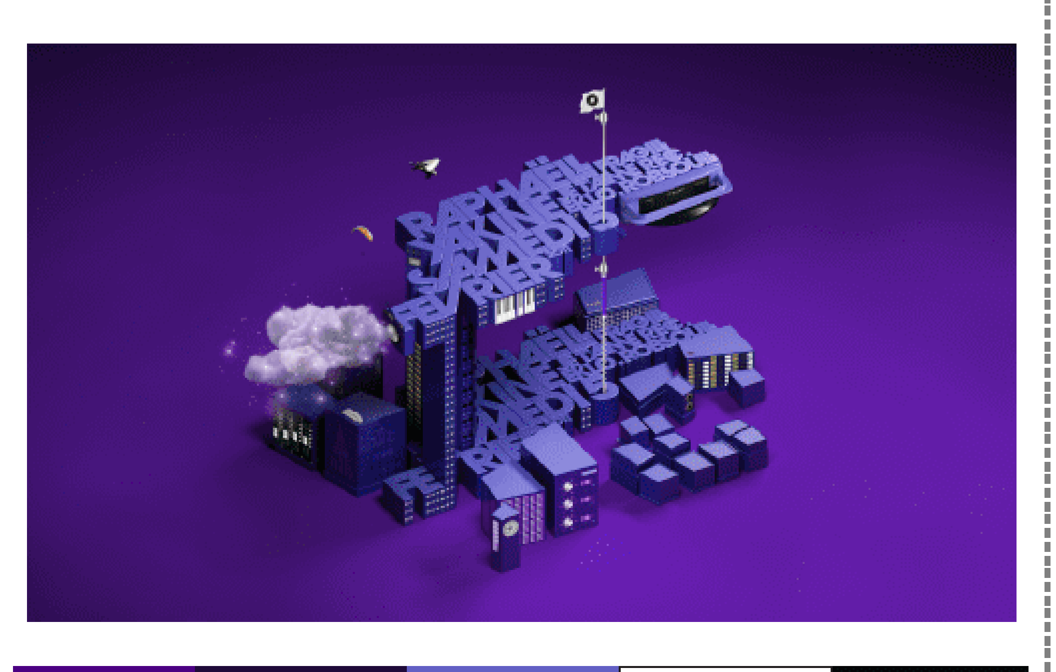


- 这是一幅充满魔幻的摄影作品。人物服饰为雪纺材质的紫色长裙，为人物塑造完美的曲线，拉长身形比例，搭配红色长发给人一种魔幻的视觉效果。
- 紫色色彩饱和度较高，颜色浓郁有张力，给人以妖艳、高贵的感觉。



- 画面整体采用单一颜色的配色方式。背景色采用淡紫色，给人秀丽、舒适的感觉。与主体物中的明暗不同的紫色搭配，协调而不失变化。
- 淡紫色色彩饱和度较低，给人以含蓄、婉约的印象。

3.7.3 靛青色 & 紫藤



- 这是一幅创意字体海报。将字体与建筑相结合，具有立体感和创意感，给人一种时尚、现代的视觉感受。
- 整体画面采用不同明度的靛青色为主基调，给人舒适的视觉过渡效果。
- 靛青色是一种明度较低的紫色，给人以独特、神秘的视觉感受。



- 这是一幅衣物柔顺剂的创意广告。整体画面布局采用重心式构图，让人一眼注意到画面中人物奇特的造型，从而吸引消费者的目光，右下角的产品图直截了当地对产品进行了宣传。
- 紫藤色的颜色来自于紫藤花，这类紫色纯度较高，给人以优雅、迷人的视觉感。

3.7.4 木槿紫 & 藕荷色





- 这是一幅化妆品广告。将产品放在最前方，简单明了地突出产品，而产品与人物背景的颜色相呼应，均选用不同明度的木槿紫作为主基调，更添柔情气息。
- 木槿紫明度中等，给人以优雅、浪漫的感觉。

- 该案例中人物上衣内搭为藕荷色衬衫，加上深蓝色牛仔外套与下身深蓝色高开叉紧身牛仔裙配套。将两种不同元素搭配在一起，会产生意想不到的效果，而整体造型颇具性感与运动的冲击感。
- 藕荷色泛指浅紫而略带粉红的颜色，色彩饱和度较浅紫色要低一些，给人以清新淡雅之感。

3.7.5 丁香紫 & 水晶紫





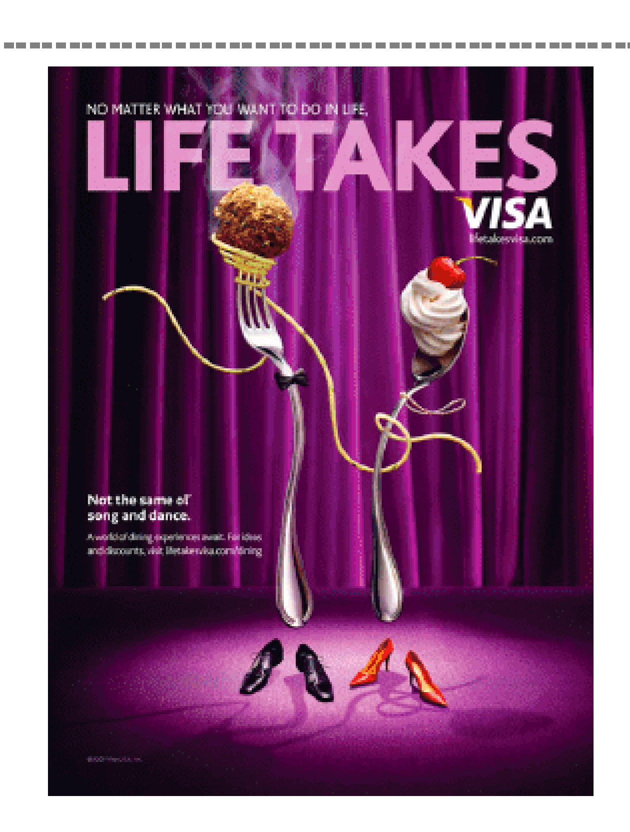
- 这是一幅香水创意广告。画面中情不自禁地伸出手去拿香水，体现出了女士对这款香水的喜爱。
- 整体画面以丁香紫为主基调，淡淡的丁香紫将女人的神秘、优雅展现得极致完美。
- 丁香紫颜色轻柔淡雅，象征着女性的温柔、娴熟。

- 这是一幅创意插画设计。画面采用水晶紫、黑色和白色搭配，整体配色亮眼、和谐，使作品层次丰富。通过设置扭曲的图案、文字，从而增强了趣味性、艺术性。
- 水晶紫色彩浓郁，给人以神秘感、时尚感。

3.7.6 矿紫 & 三色堇紫

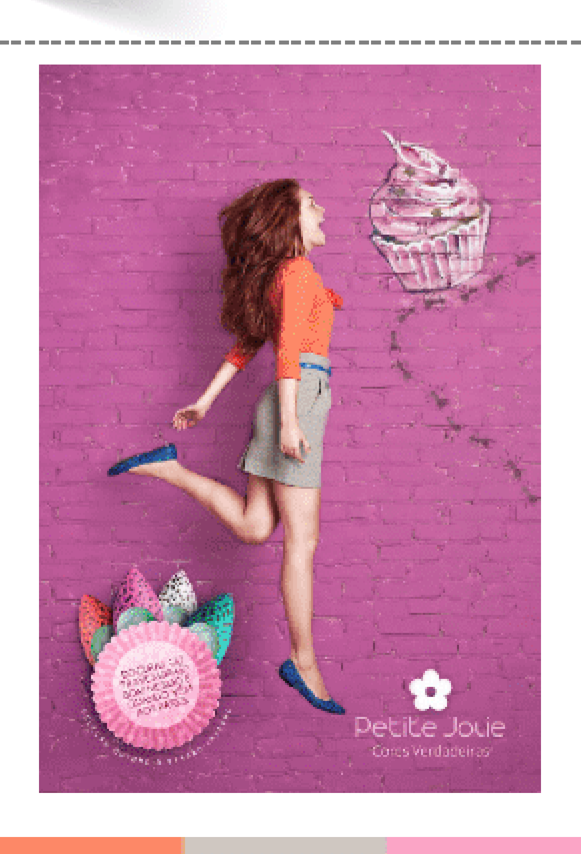


- 该案例中各种表情的“彩蛋”围绕在一起，为整体画面增添了许多趣味，画面中虽然用了多种颜色，但主体还是紫色系，加以少量其他颜色，丰富了画面。
- 矿紫色纯度稍低，明度也较低，既有紫色的柔美，又有灰色的坚毅，给人以坚毅、挺拔的印象。

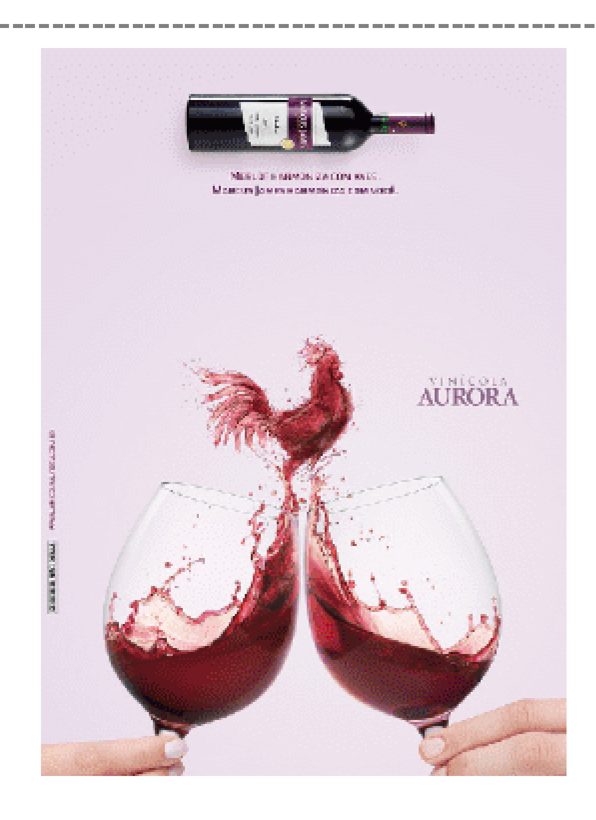


- 这是一幅信用卡的创意广告。该广告以舞台剧形式呈现，拟人化的表现形式让整则广告看起来生动幽默、颇具诱惑力。
- 三色堇紫是红紫色的，纯度较高，给人一种华丽、时尚、高贵的印象。

3.7.7 锦葵紫 & 淡紫丁香

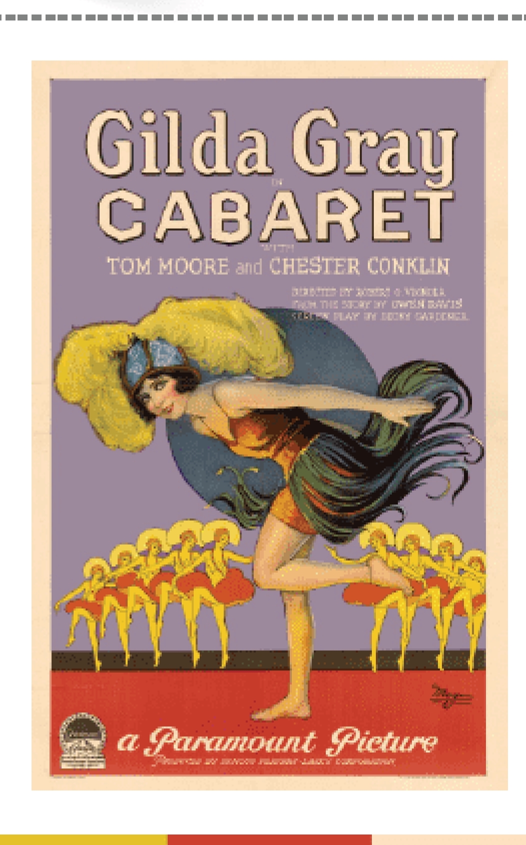


- 这是一幅平底鞋的创意广告。画面采用锦葵紫色作为背景色，整体设计温婉大气。产品和人物相互呼应，使画面内容更加具体。
- 锦葵紫明度高，稍微偏红，给人一种光鲜、喜庆的感觉。

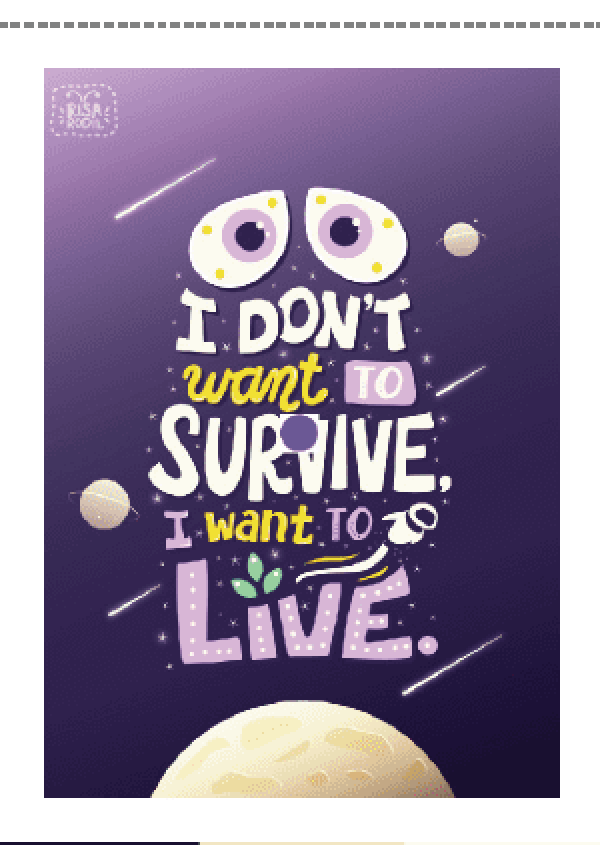


- 这是一幅红酒的广告。以淡紫丁香色作为背景色，酒杯碰撞出一只公鸡，动感十足，既对红酒进行了很好的诠释和比喻，产品放在画面顶部，也十分直观醒目。
- 淡紫丁香色颜色清雅与碰杯的红酒设计形成了完美的视觉冲击。
- 淡紫丁香饱和度较低，给人以淡雅、古典的印象。

3.7.8 浅灰紫 & 江户紫



- 这是一幅复古感十足的海报设计作品。画面采用浅灰紫、金色和橘红色搭配，整体配色舒适、和谐，使作品层次丰富，给人一种复旧的视觉感受。
- 浅灰紫色明度低，稍微偏黑，给人以低调、稳定的感觉。



- 这是一幅动画电影主题字体的宣传海报。文字直击电影的主题，让观众尽快地了解电影，字体设计极富创意，生动有趣，有侧重点。
- 以江户紫为主色调，搭配以白色、黄色、绿色，给人一种低调、和谐、科幻、生动的感觉。

3.7.9 蝴蝶花紫 & 蔷薇紫



- 这是一幅创意字体海报设计作品。画面中采用不同明度的蝴蝶花紫为背景色，而宇航员手拿气球的造型在背景色的衬托下更显浪漫气息，整体造型现代感十足。
- 蝴蝶花紫色彩明度低，给人以低调、神秘的感觉。



- 这是一幅口香糖的创意广告。画面运用不同明度、渐变式的蔷薇紫做背景色，给人以空间感，产品直接摆放在画面中间，整体画面简洁明了。
- 产品包装采用山脉风景图的效果来描绘口香糖的口感，给人一种清甜、凉爽的感觉。

3.8 黑、白、灰

3.8.1 认识黑、白、灰

黑：黑色是一种神秘又暗藏力量的色彩。黑色具有多变又百搭的特性。它庄重高雅，又可以烘托其他色彩。大面积使用黑色时，会产生一种压抑、沉重感。

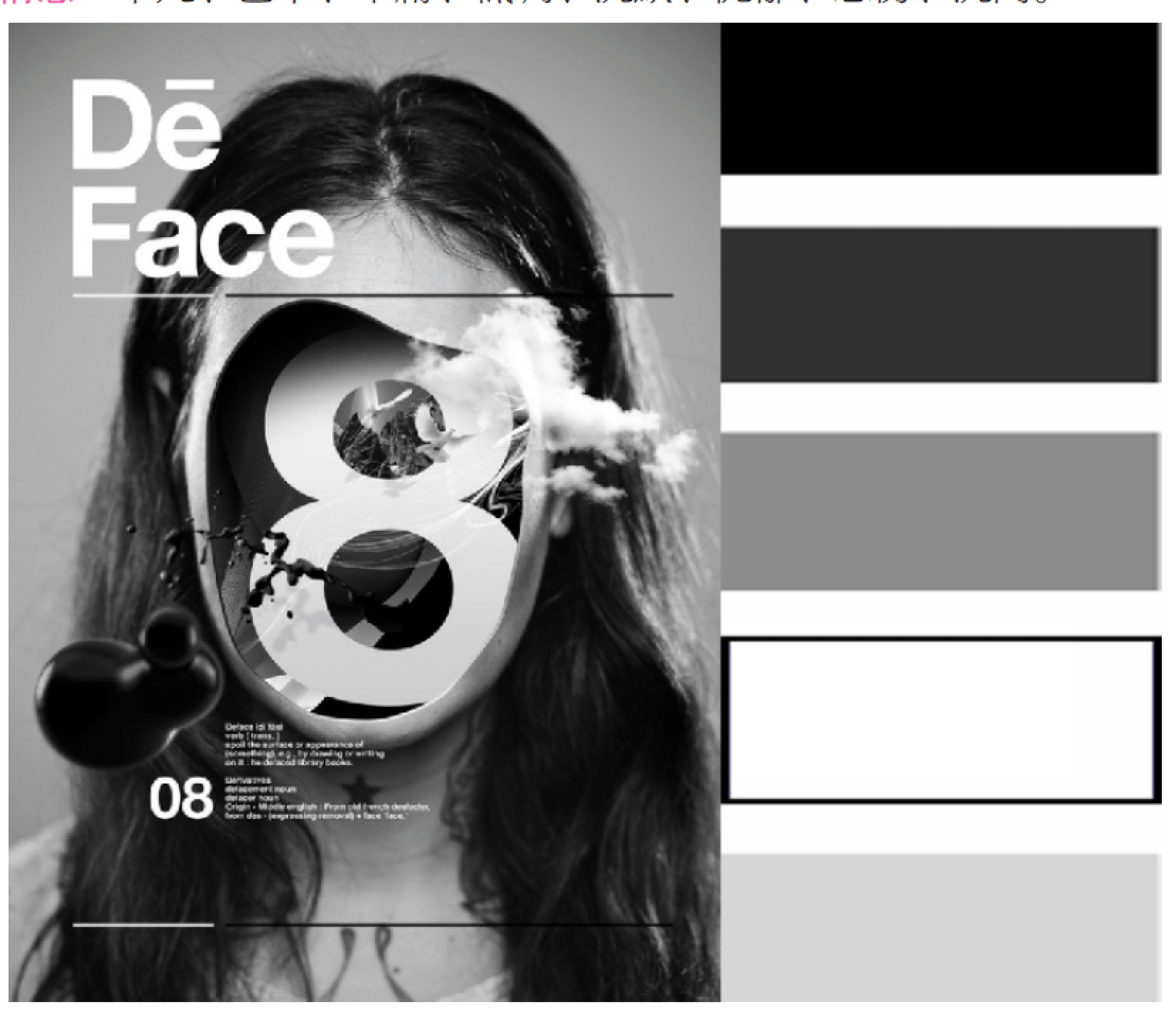
色彩情感：绅士、奢华、黑夜、正式、恐怖、阴暗、暴力、邪恶。

白：白色象征着光芒，是一种正义和神圣的颜色，白色是高端、纯净、科技的意象，擅长与其他色彩搭配使用，大面积使用纯白色给人以冷冽、严峻的感觉。

色彩情感：干净、整洁、神圣、和平、寒冷、空洞、纯洁、哀伤。

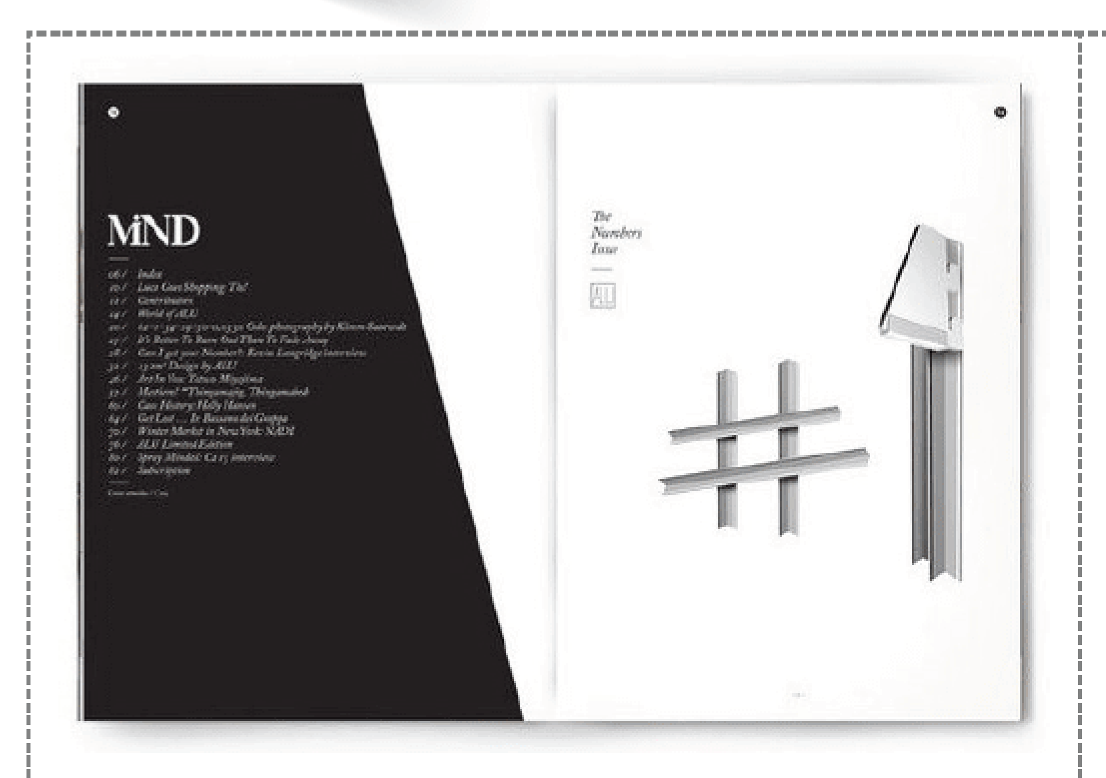
灰：灰色较白色深些，较黑色浅些，介于黑白两色之间，更有种暗抑的美，不比黑和白的纯粹，却也不似黑和白的单一。

色彩情感：平凡、艺术、中庸、低调、沉默、忧郁、悲伤、沉闷。



白 RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0	月光白 RGB=253,253,239 CMYK=2,1,9,0	雪白 RGB=233,241,246 CMYK=11,4,3,0	象牙白 RGB=255,251,240 CMYK=1,3,8,0
10% 亮灰 RGB=230,230,230 CMYK=12,9,9,0	50% 灰 RGB=102,102,102 CMYK=67,59,56,6	80% 炭灰 RGB=51,51,51 CMYK=79,74,71,45	黑 RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,88

3.8.2 白 & 月光白





- 该作品为杂志*MND*的对页。页面中图文并茂，并利用黑白灰关系，使版面平稳、和谐。
- 白色是明度最高的颜色，属于无色系。
- 在设计中运用了分割式构图，背景的黑色与白色之间使用了黄金比例进行分割，使之形成两大板块，给人以稳定、舒适的视觉效果。

- 这幅时装摄影作品采用月光白作为背景色，服装整体造型在月光白背景的衬托下，展现出亲切、柔美的视觉效果。
- 月光白稍微偏黄，它没有白色的纯粹冷冽，却增添了柔和、饱满之感。

3.8.3 雪白 & 象牙白



TWIST
WITH OREO
PLAYWITHOREO.COM
OREO
WONDERFILLED

- 这是一幅婚纱摄影作品。人物衣着欧根纱材质的抹胸拖尾长裙，款式简洁明了、高贵圣洁。
- 画面以雪白色为主基调，整体造型具有一致性和完整性。
- 雪白色颜色偏青，给人以虚无缥缈的梦幻感。

- 这是一幅饼干的广告。整个画面造型独特新奇，给人活泼、快乐、舒适的感受。
- 该广告以象牙白为背景色，对于主体造型多种颜色的应用起到调和作用，让整个画面看起来十分和谐。
- 象牙白为暖色调白，少了一份白色的生硬和绝对，多了一份属于自己的柔美和温暖。

3.8.4 10% 亮灰 &50% 灰



- 这是一幅创意字体海报。画面中将具有代表性的建筑和产品与文字相融合组成纽约的英文单词，创意十足。
- 画面背景采用不同明度的灰色搭配，具有空间感，也使得画面整体不过于清淡，给人出其不意的效果。
- 10% 亮灰色彩明度较高，给人以高雅、素净的印象。



- 该案例中版面设计采用了满版设计的形式，画面中运用矩形线框将文字部分框选，使人们的视线集中在文字部分，而线框四周加上图片和图形做装饰，给人一种低调、时尚的视觉感。
- 50% 灰是富有中性色彩的颜色，给人以婉约、谦卑的印象。

3.8.5 80% 炭灰 & 黑



- 这是一幅创意字体海报设计。画面中英文字采用纸张拼凑而成，具有立体感，且创意十足。
- 画面背景采用 80% 炭灰加黑色边框，给人一种相框的视觉效果。
- 80%炭灰颜色偏深，给人以坚毅、朴实的印象。



- 这是一幅创意字体海报设计。画面采用黑色为背景色，主体部分是以白色英文字体组成的环保标识，整体色调搭配互不突兀，设计简洁大方，直击主题。
- 黑色具有稳重、科技的意象，是一种永恒的流行色，适合和众多色彩做搭配。



色相环、色彩对比、色彩搭配

人们了解色彩是从色彩的色相、明度、纯度来感受的，除了这些基本的色彩知识外，还需要了解色彩的其他知识，包括色相环、色彩对比、色彩搭配等。色相环可以帮助我们认识同类色、对比色、互补色。色彩对比可以帮助我们认识色相对比、明度对比、纯度对比。色彩搭配可以帮助我们精通两色搭配、三色搭配、多色搭配。









4.1 色相环

色相就是指色彩的“相貌”，比如我们能快速辨别哪个是红色、哪个是绿色，这是因为色彩的色相不同。色相是色彩最显著的特征之一。色相是根据该颜色光波长短划分的，色彩的波长相同，色相就相同，波长不同则产生色相的差别。例如明度不同的颜色，但是波长处于 610 ~ 780nm 范围内，那么这些颜色的色相都属于红色。人们最常听到的基本色包括红、橙、黄、绿、青、蓝、紫。

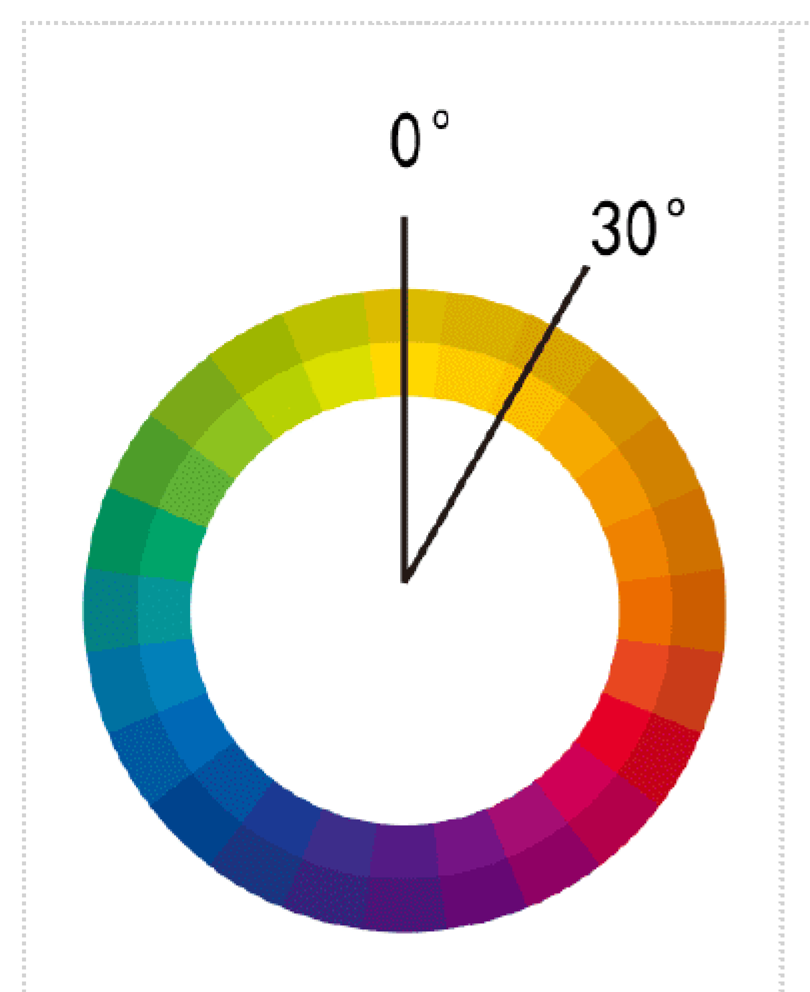
色相环就是以色彩三原色（红、黄、蓝）作为基础色制作的一个环形光谱。且色相环中每个色相的位置都是单独存在的，其排列顺序和彩虹排列方式是一样的。每个颜色间隔都一样，并以补色对的形式分别位于直径对立的两端。



注：色相环上，色相对比组合的强弱效果取决于色彩之间的距离大小。

4.1.1 同类色

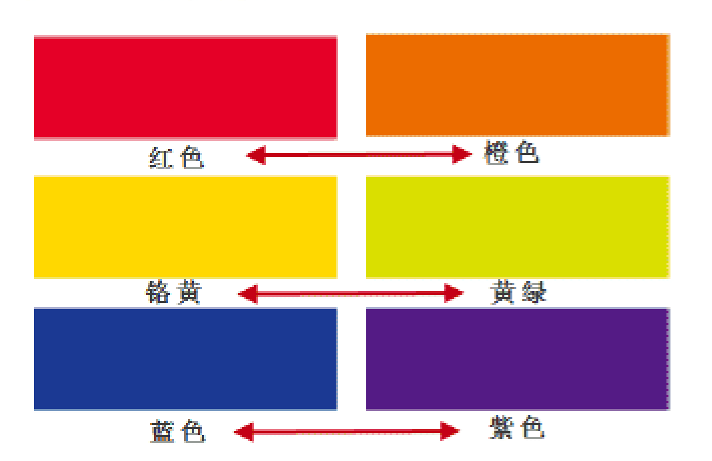
同类色就是在色相环内相隔 30° 左右的两种颜色。两种颜色搭配在一起可以使整体画面协调、统一，所以被称为协调色。协调色之间虽然色距较近，但也有一定的变化。既协调又不单调，因为它们都含有相同的色素。



同类色构成的特点：

在色环中两种颜色相隔 30° 左右为协调色。效果和谐、柔和，避免了单一颜色的单调感，是属于色相对比中的弱对比。

同类色的色组方案：





这是一款以文字为主的海报设计作品。整体画面采用青蓝色和黄绿色为主色，给人一种清新淡雅的感觉，因为黄绿色和青蓝色是互为协调色的关系，再加上新颖的版面设计，使得整体画面协调统一，又不失亮眼。

RGB=0,205,172 CMYK=69,0,46,0

RGB=161,255,57 CMYK=42,0,86,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80



该案例为啤酒的创意广告设计。背景采用黄绿与碧绿色两种协调色组成的图案，和谐又富有变化。啤酒的颜色为铬黄色，且画面中还加以红色为点缀色，三者对比强烈，将极具创意造型的啤酒摆放在画面中心位置，十分吸引眼球。

RGB=0,122,59 CMYK=86,41,100,3

RGB=248,237,7 CMYK=11,4,87,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=203,27,38 CMYK=26,98,93,0



1. 运用同类色时要保持色调明度统一

运用同类色时要注意色调明度的深浅变化和面积比例安排妥当，尽量不要出现深浅失衡的效果，否则色调会过暗或过亮。保持色调明度统一才会使人感到舒适，从而带来更巧妙的视觉体验。



该案例为服装设计作品。模特的服装是由浅粉色小外套和浅玫瑰红色连衣裙搭配而成，而这两种颜色又互为协调色关系，使服装整体格调错落有致且协调统一。



这是一款饮料的包装设计。饮料整体包装采用青色为主色调，加以叶绿色为点缀色，而二者之间又互为协调色关系，结合包装上的简单形状，整体包装给人们一种舒缓情绪的心理暗示。



2. 同类色的设计赏析





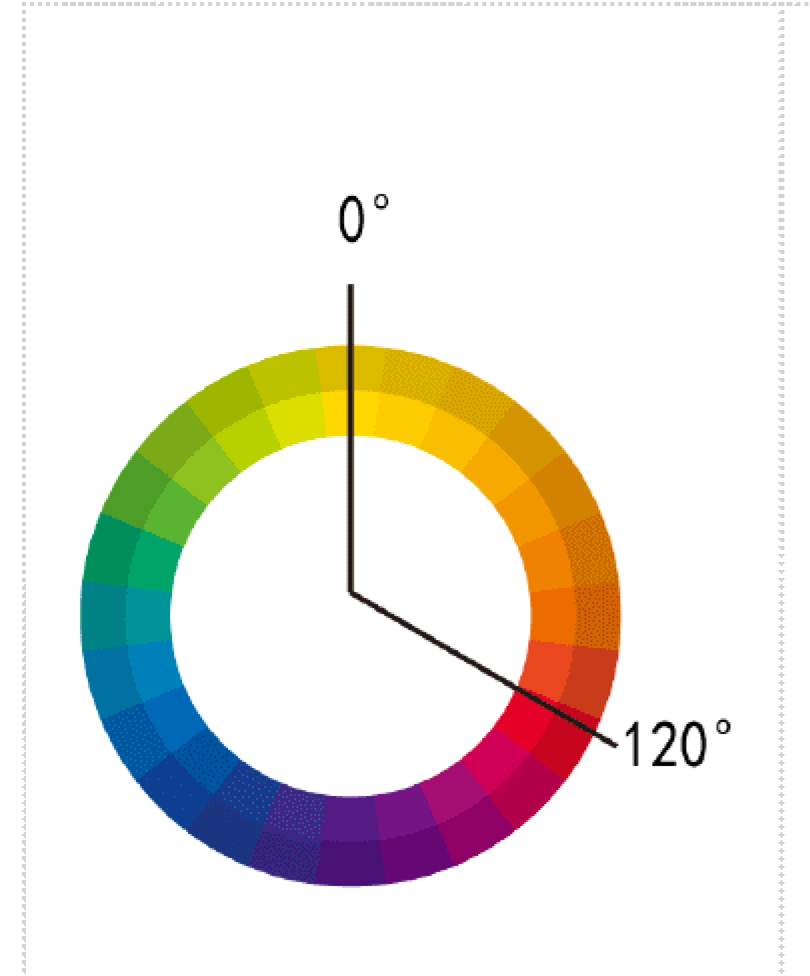






4.1.2 对比色

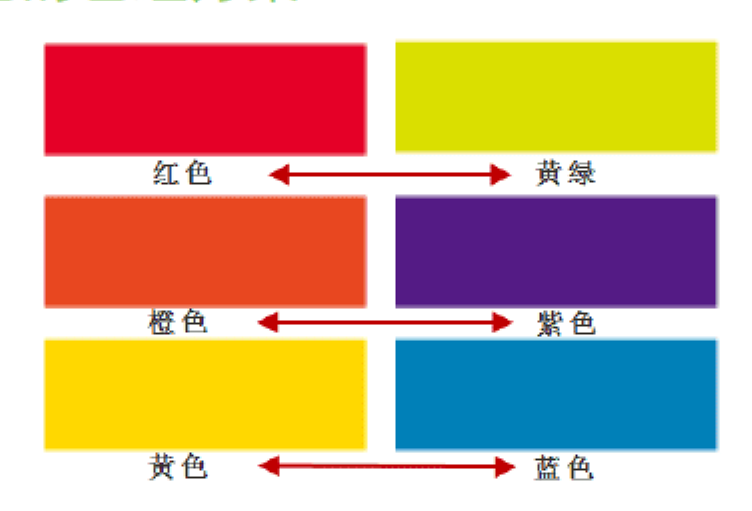
对比色就是两种或两种以上色相之间的对比，是赋予色彩表现力的方式之一。当对比双方的色彩处于色相环相隔在 120° ~150° 之间时，属于对比色关系。如红与黄绿、红与蓝绿、橙与紫、黄与蓝等。



对比色构成的特点：

在色环中，两种颜色相隔 120° 左右为对比色。对比色给人一种强烈、明快、醒目、具有冲击力的感觉，但使用过度容易引起视觉疲劳和精神亢奋。

对比色的色组方案：





这是一款文字海报创意设计作品。整体画面运用水青色为主色调，加以玫瑰红为点缀色，而这两种颜色互为对比关系，且这两种颜色产生的对比效果突出了画面重心，给人一种鲜活、饱满的视觉感受。

RGB=150,208,232 CMYK=45,7,9,0

RGB=228,72,83,CMYK=12,84,59,0

RGB=180,0,1 CMYK=37,100,100,3

RGB=41,165,217 CMYK=73,23,10,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



该案例为剪纸形式的插画设计作品。该作品看似是剪纸拼贴画，其实是数字绘图作品。画面采用了铬黄色与水青色为主色，且这两种颜色产生了强烈的对比，使得整体画面产生具有立体感的视觉效果。

RGB=234,197,28 CMYK=15,25,89,0

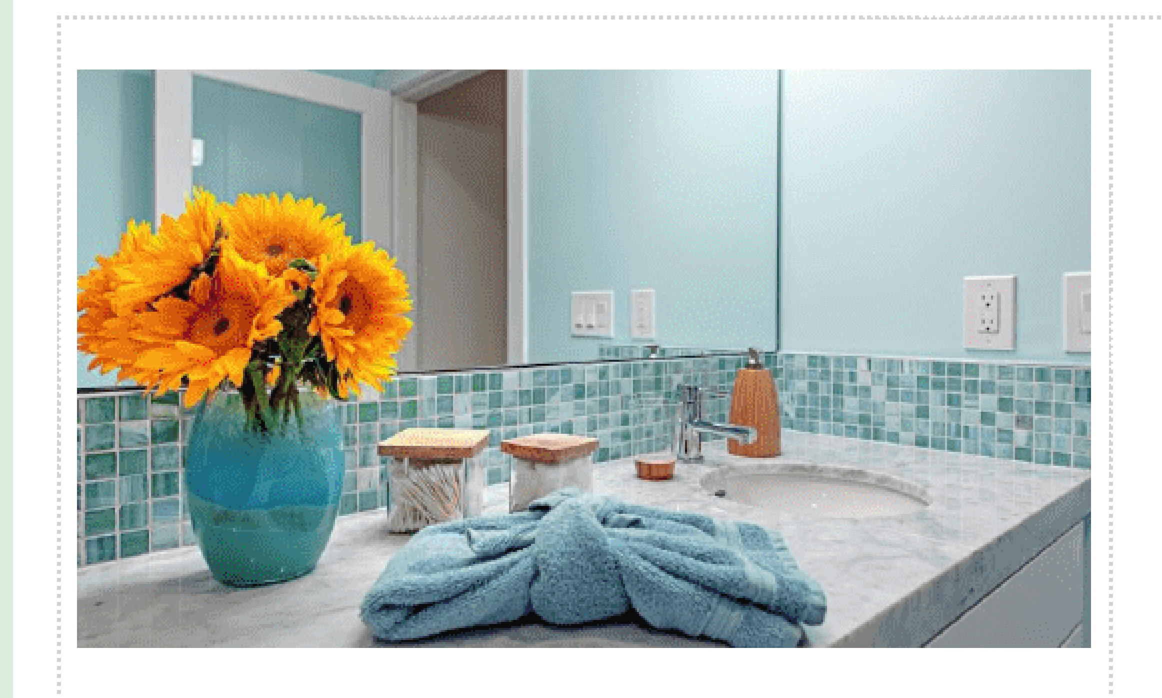
RGB=134,202,241 CMYK=50,9,4,0

RGB=240,101,94 CMYK=5,74,55,0

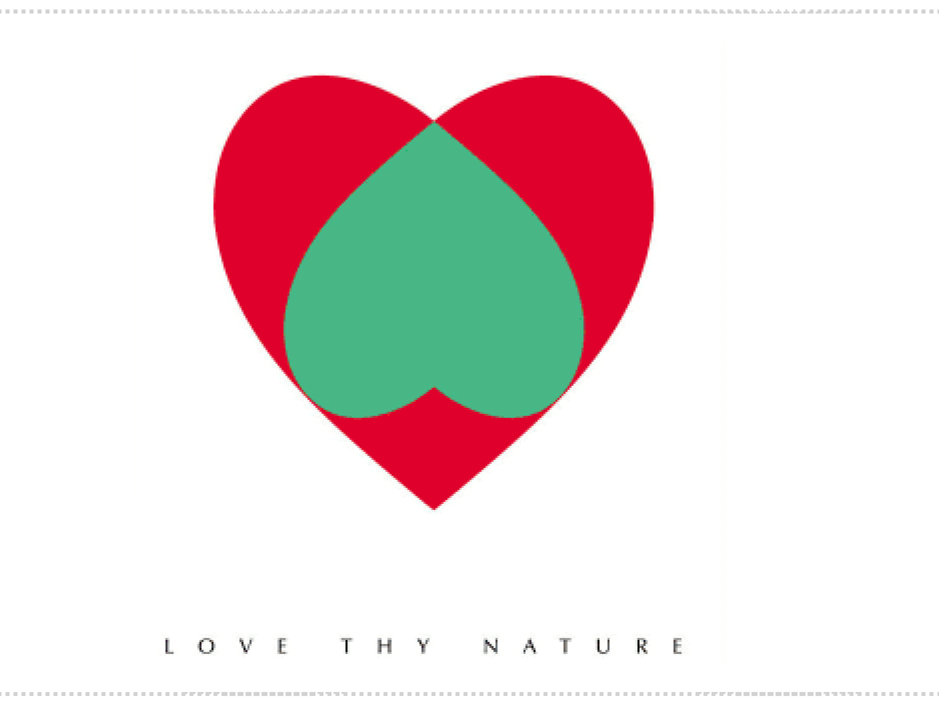
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80

1. 运用对比色产生的画面效果

在设计作品时，运用对比色会产生意想不到的效果。而对比色比例的多少尤为重要，所以要适当把握对比色的用色比例。在设计时，可以将对比色中重点用色的比例适当增大，以获得明确的视觉感受。



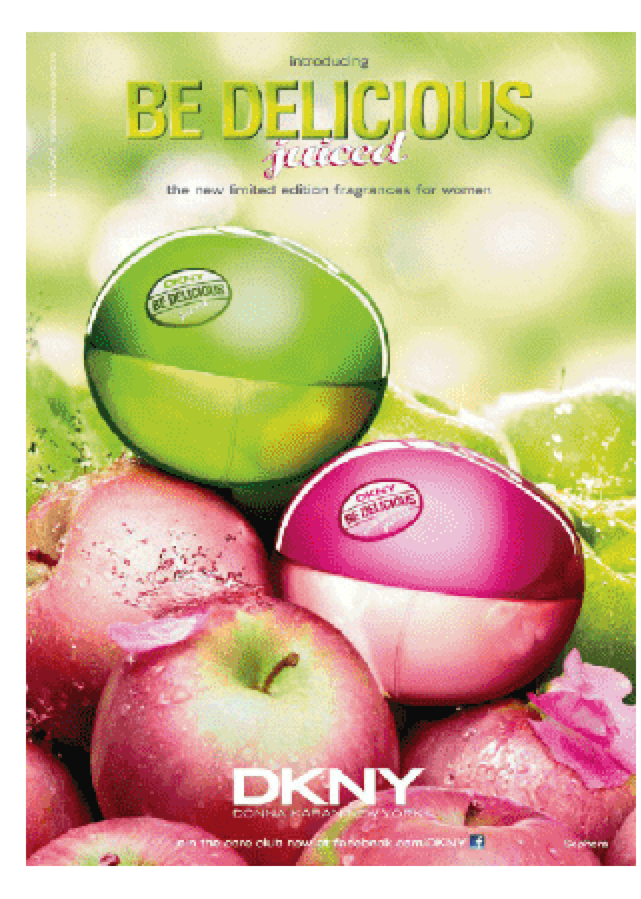
该案例为卫生间的设计方案。卫生间采用淡青色为主色调，加上黄色的花束进行点缀，黄色与淡青色互为对比关系，使得整体空间清爽而不冰冷，能够给人一种很洁净、卫生、清凉的感觉。

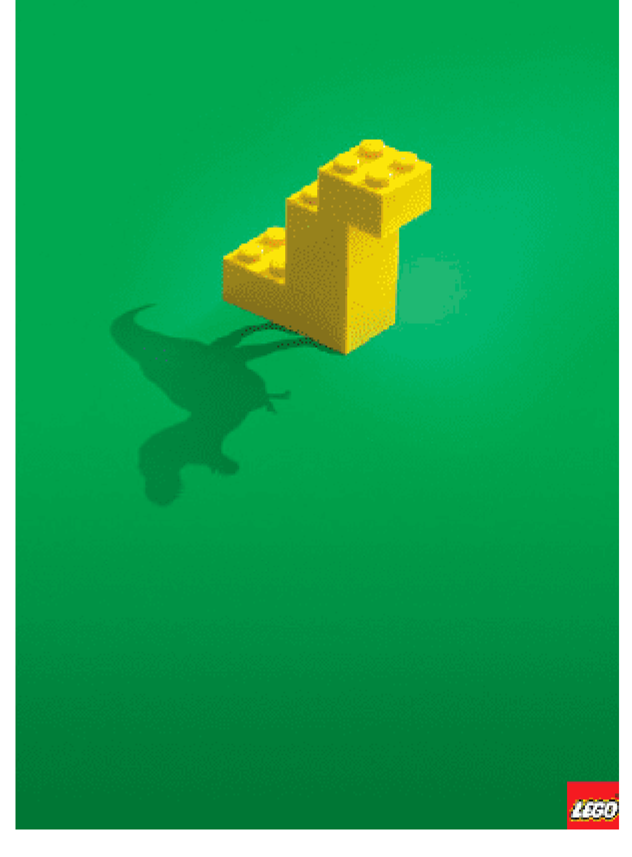


这是关于环保的创意海报设计。画面中红色的心与绿松石绿色的心相交，结合成一个心，寓意明显，而红色与绿松石绿色是互为对比色关系，吸引人的眼球，且整体画面简洁却直抒胸臆。



2. 对比色的设计赏析



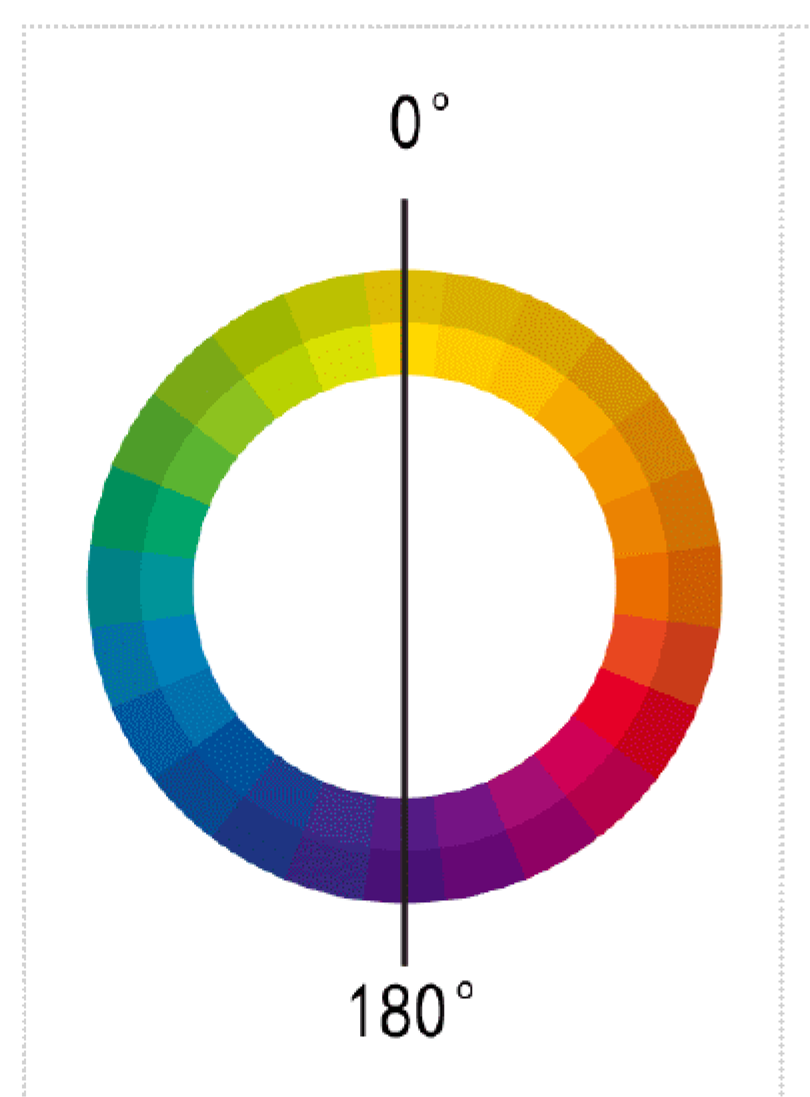






4.1.3 互补色

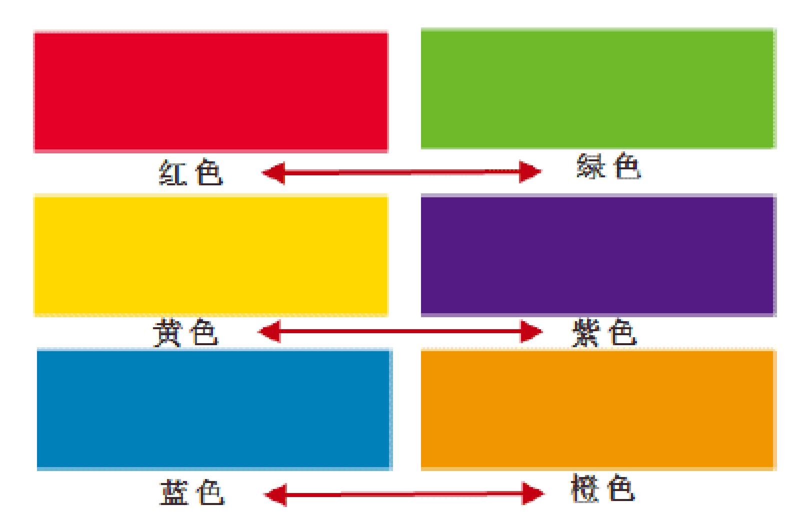
在色环中，相差 180° 左右为互补色。这样的色彩搭配可以产生一种强烈的刺激作用，对人的视觉具有最强的吸引力，如红与绿、黄与紫、蓝与橙等色组。



互补色构成的特点：

色相环直径两端相对，即 180° 的两种颜色互为互补色，互补色搭配在一起效果最强烈，会产生刺激、动荡、冲突之感，属于最强对比。

互补色的色组方案：





这是一款饮品的创意广告设计作品。画面中饮品炸裂式的造型给人一种破茧而出的即视感，而画面采用午夜蓝做主色调，搭配橙色饮品，让画面充满了神秘气息。

RGB=9,30,49 CMYK=98,89,65,51

RGB=146,191,224 CMYK=47,17,8,0

RGB=238,120,45 CMYK=7,66,84,0



这是一款手机游戏的界面设计作品。该界面采用水青色系的渐变色调为背景，加上橙黄色糖果造型的主标题文字，使得整体界面给人一种甜蜜、动感、梦幻的视觉感。被弱化的互补色搭配在一起，既吸引人的注意，又不会过度激烈。

RGB=63,159,177 CMYK=72,25,31,0

RGB=251,163,17 CMYK=2,46,90,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=255,242,186 CMYK=3,7,34,0

RGB=246,137,166 CMYK=3,60,16,0

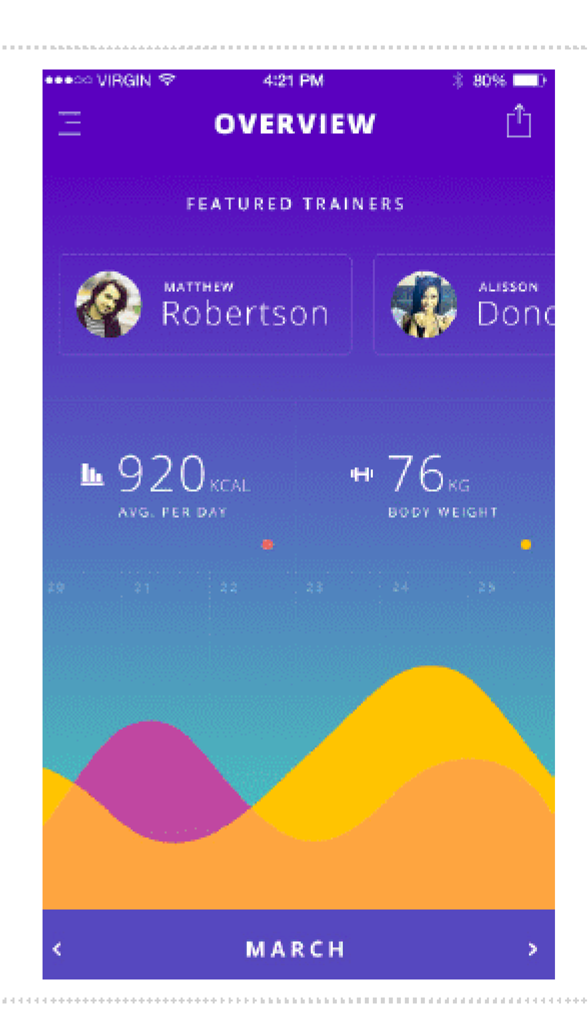


1. 合理的运用互补色

由于互补色具有较强的分离作用，所以在色彩搭配时，合理并恰当地运用互补色，能增强色彩的对比，使其拉开距离感。



该案例为室内软装饰设计作品。该空间内摆放的橄榄绿色的桌子与威尼斯红色的凳子产生强烈的对比，而奶黄色的墙面则起到平衡作用，也凸显出空间的复古气息。



该案例为手机软件的界面设计。界面采用紫色为主色调，产生明显的后退感，加以不同明度的橙黄色为辅色，作为底部的图形，与背景色搭配在一起产生强烈的空间感。整体界面给人一种时尚且轻快的视觉感。



2. 互补色的设计赏析











4.2 色彩对比

色彩对比就是指各色彩之间存在的矛盾、对立、差别。不同的色彩给人们感官上带来的感受是不同的，面对不同的颜色，人们就会产生冷暖、强弱、远近、明暗等不同的心理反应。当一种颜色与其他颜色并存时，其对比关系就会产生不同的视觉效果。

每一种颜色都会与其他颜色相互依存。相对于一种指定的颜色，其他颜色就是这种颜色的环境色。所以，两种以上的色彩并存时，会产生对比效果。这样各个色彩之间的色相、明度、纯度等产生的视觉心理的差别就构成了色彩之间的对比。色彩之间的差异越大，对比效果就越明显；色彩之间的差异越小，对比效果就越微弱。







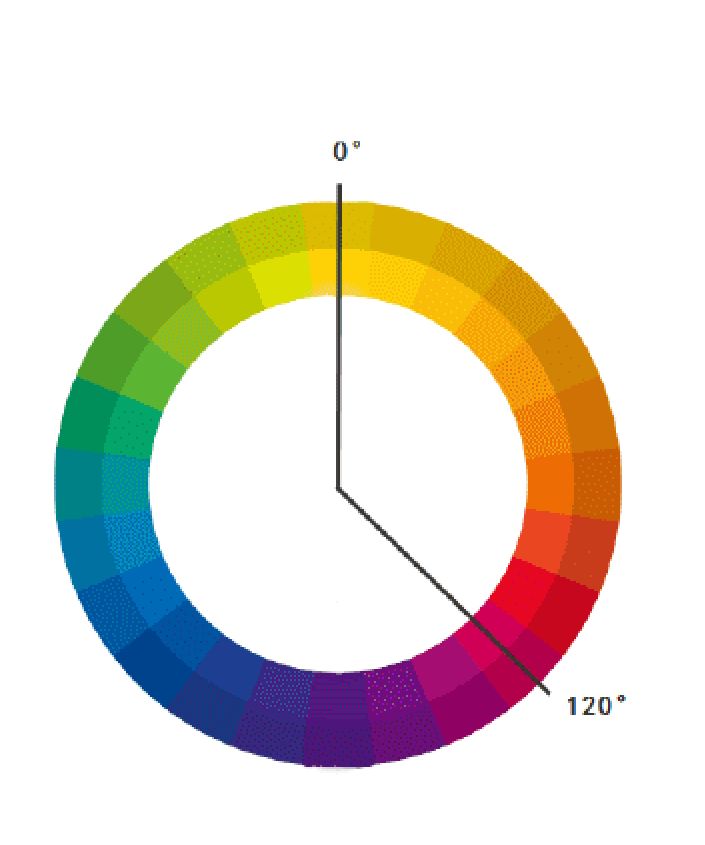






4.2.1 色相对比

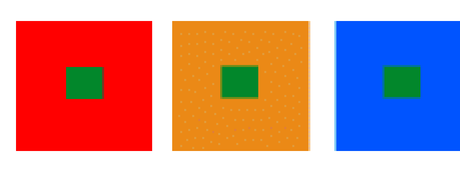
色相对比是两种或两种以上不同色相颜色之间的差别。色相主要体现事物的固有色和冷暖感。且纯色搭配最能体现色相对比感，尤其是使用补色或三原色纯色搭配，色相对比感最为强烈。



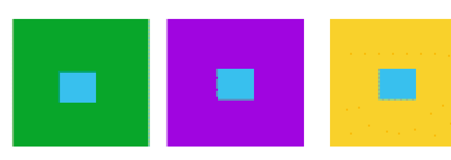
色相对比构成的特点：

色相环上，当对方的色彩处于 90° ~120°，甚至是小于 150° 时，属于对比关系。而色彩间隔距离大小决定了色相对比组合的强弱效果。

同色不同背景的色相对比效果：



同样的绿色，在红色背景中显得更加鲜艳、立体。



同样的蓝色，在紫色背景中显得更加亮眼、醒目。



该案例为字体海报创意设计作品。海报由不同明度、纯度的勃垦地酒红色为背景色，呈现出一种低调的美感。而中间热带橙色的字体活跃了海报的整体印象，使得画面具有空间感。

RGB=89,21,22 CMYK=56,96,94,48

RGB=48,17,48 CMYK=83,100,82,50

RGB=110,46,63 CMYK=58,89,66,26

RGB=255,185,63 CMYK=2,36,78,0



这是一款饮品的创意广告。该作品采用自然色天空蓝为背景色，加上草绿色的前景为点缀，将水果“炸裂”造型的饮品置于中间，具有强烈的空间感、动感，且整体画面给人一种清爽、美味的视觉感。

RGB=17,159,233 CMYK=75,27,0,0

RGB=81,136,8 CMYK=74,37,100,1

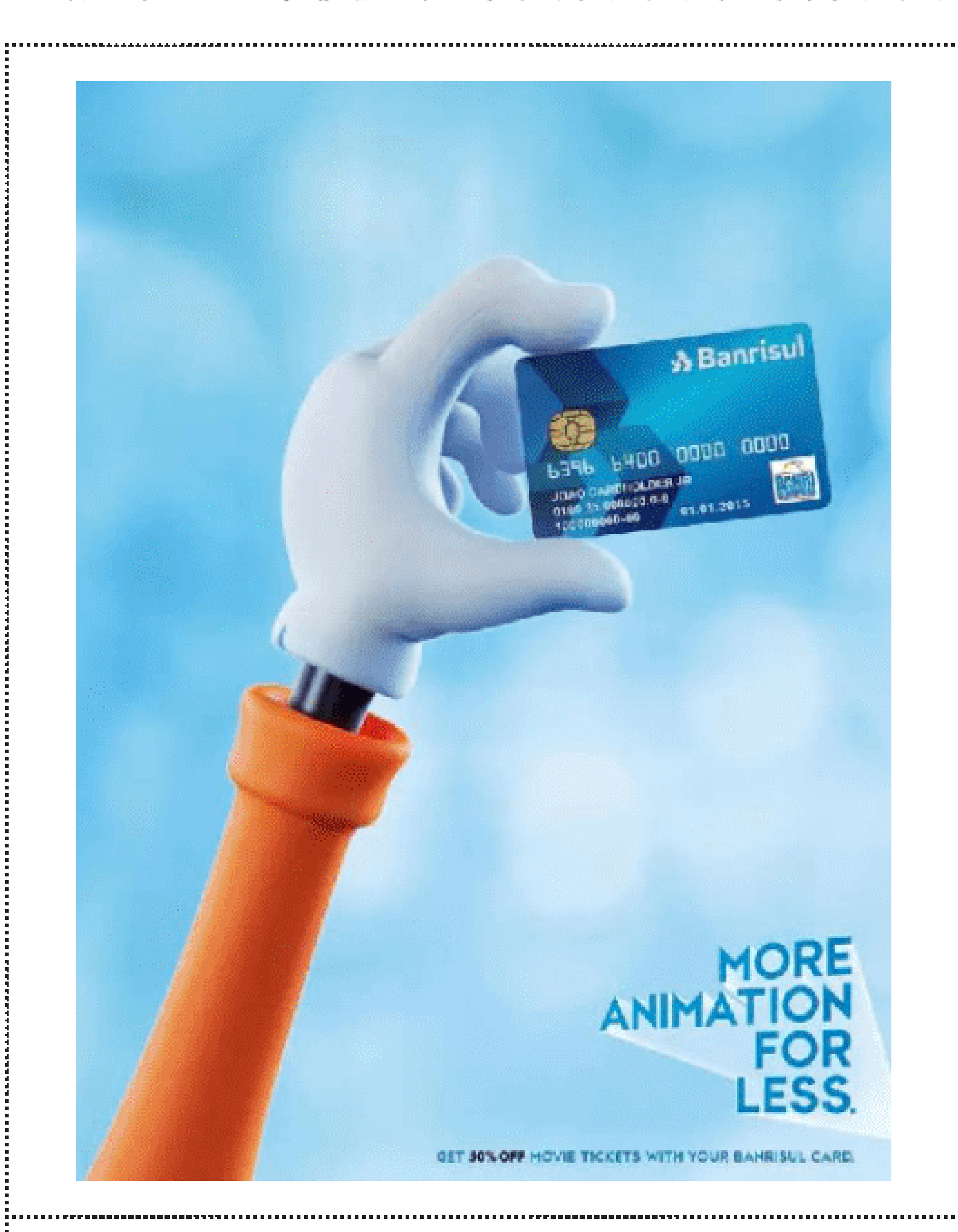
RGB=245,146,61 CMYK=4,54,78,0

RGB=215,34,41 CMYK=19,96,89,0

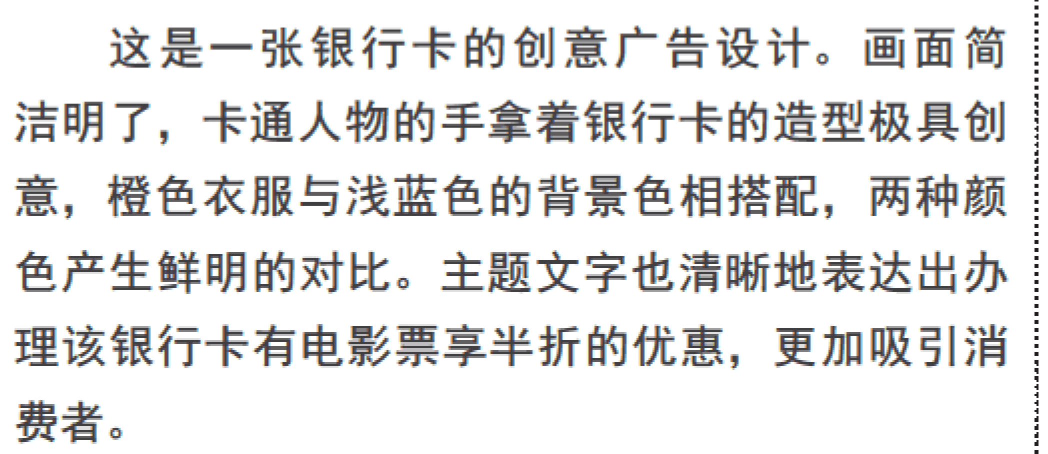
RGB=219,217,80 CMYK=22,11,77,0

1. 色相对比——增强画面气氛

色相的对比搭配可以增强画面气氛，使得作品产生更丰富的色彩基调和色彩情感。色相对比经常使用在平面设计、广告设计、包装设计、网页设计等行业中。





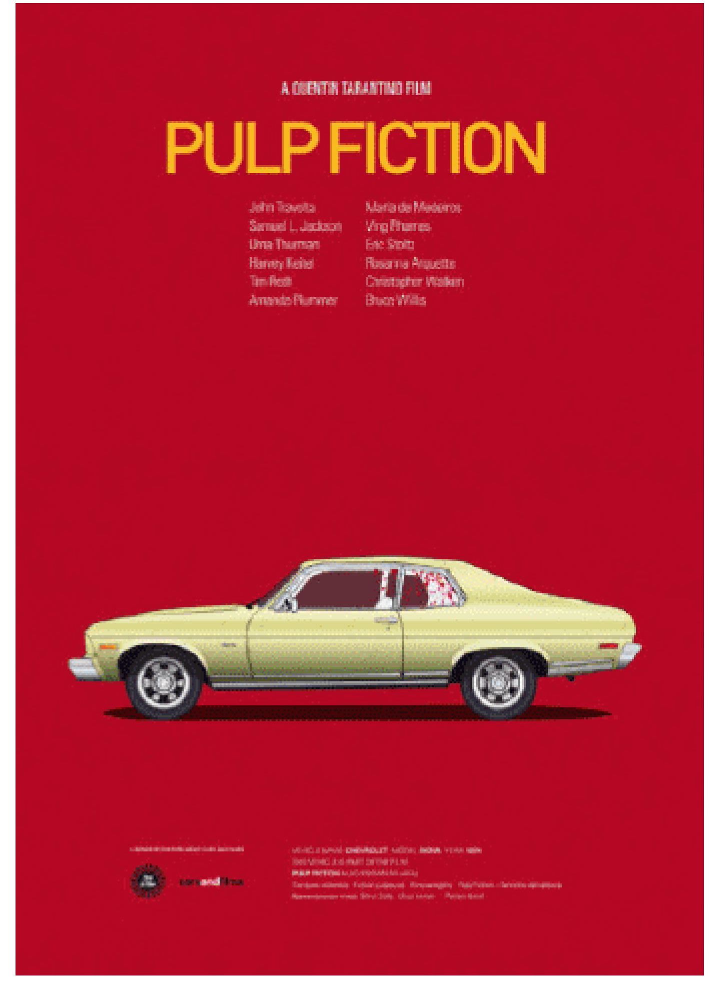


这是一张银行卡的创意广告设计。画面简洁明了，卡通人物的手拿着银行卡的造型极具创意，橙色衣服与浅蓝色的背景色相搭配，两种颜色产生鲜明的对比。主题文字也清晰地表达出办理该银行卡有电影票享半折的优惠，更加吸引消费者。

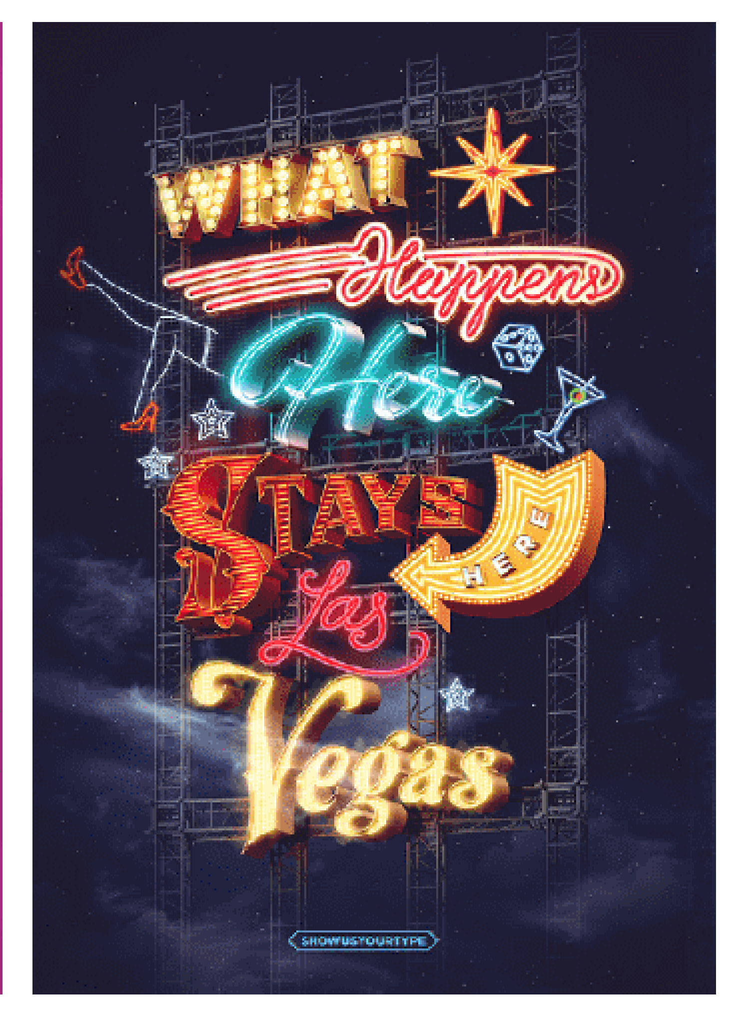
这是一款甜味辣酱的创意广告设计。画面中一条蓝色如丝带似的龙围绕在产品四周，创意十足，体现出产品宣传的方向具有东方特色，且主题文字也表明“就像留着长辫子的甜美小丫头给你一种中国式的热辣”。整体画面用色统一和谐，具有美感。



2. 色相对比的设计赏析

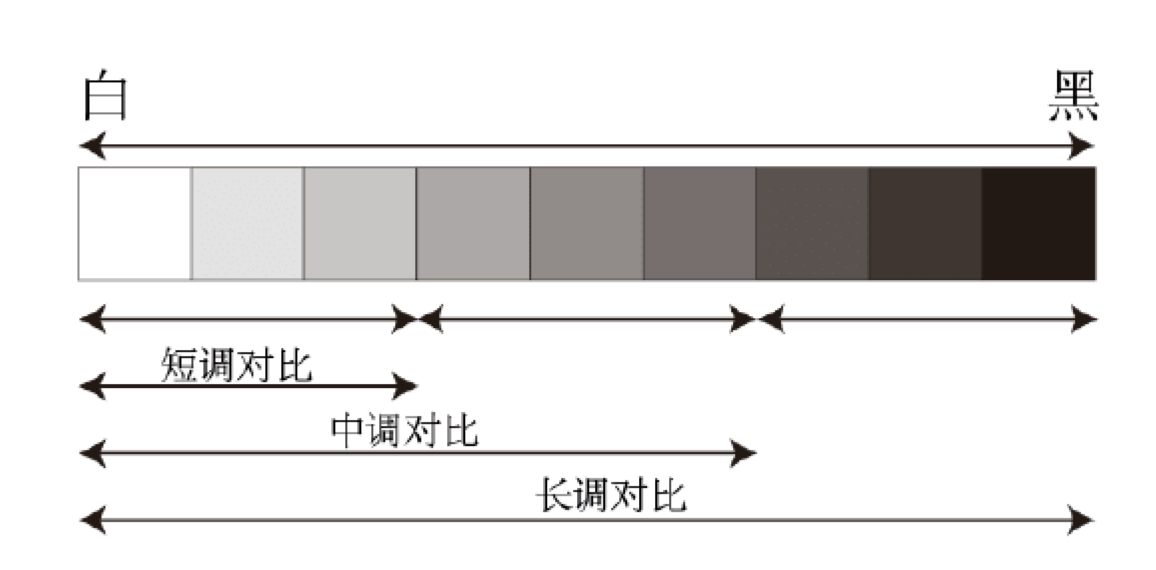






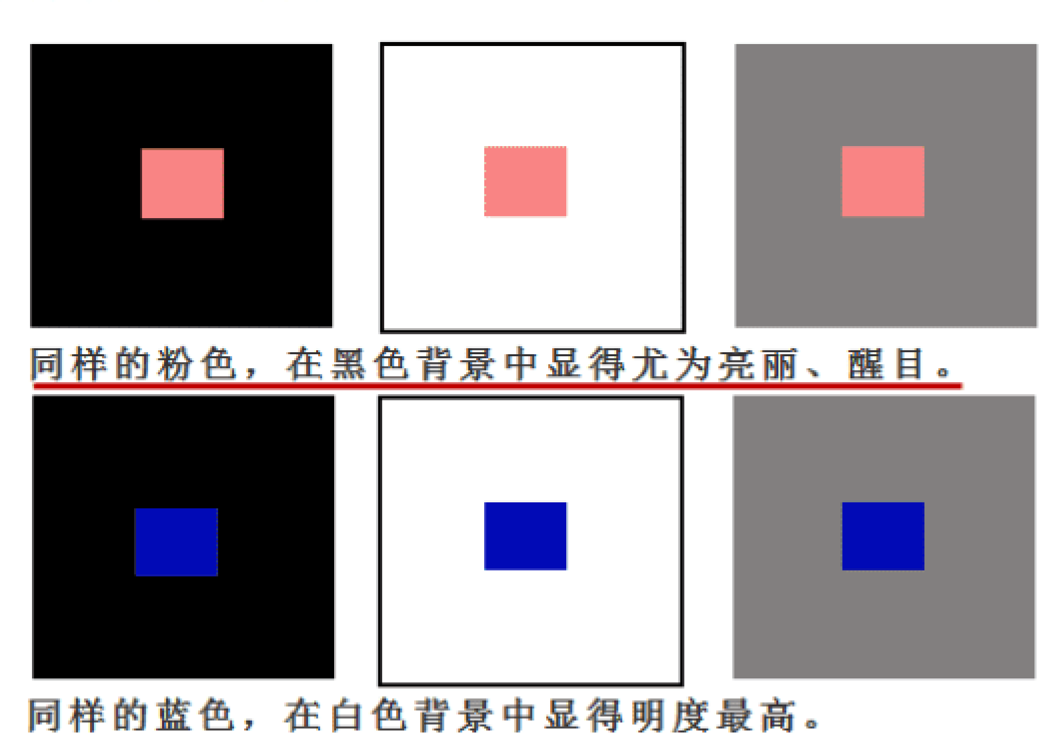
4.2.2 明度对比

明度对比是指色彩明暗程度的对比，也称为色彩的“黑白对比”。按照明度顺序可将颜色分为低明度、中明度和高明度三个阶段。在有彩色中，柠檬黄为高明度，蓝紫色为低明度。在明度对比中，画面的主基调取决于黑、白、灰的量和互相对比产生的其他色调。色调本身又具有很强的可塑性，例如空间感、层次感等，因此它对画面是否明快、形象是否清晰起着决定性的作用。



色彩明度差别的大小，决定了明度对比的强弱。三度差以内的对比又称为短调对比，短调对比给人舒适、平缓的感觉；三至六度差的对比称明度中对比，又称为中调对比，中调对比给人朴素、老实、朴素的感觉；六度差以外的对比，称为明度强对比，又称为长调对比。长调对比给人鲜明、刺激的感觉。

同色不同背景的明度对比效果：





该案例为现代简约风格的室内设计。该空间以香蕉黄为主色调，搭配黑色作为点缀色，二者明度对比较为鲜明，所以给人一种激烈、碰撞的感觉。

RGB=222,205,73 CMYK=21,18,78,0

RGB=0,0,0 CMYK=93,98,88,80

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0

RGB=138,136,137 CMYK=53,45,41,0



明度对比对视觉的影响

明度对比在色彩构成中占据重要位置。明度的差别可以是一种颜色的明暗对比，也可以是多种颜色的明暗对比。

	
这是一款 APP UI 设计。该作品整体采用低明度与高明度对比的配色方案，在黑色的衬托下，亮蓝色越发耀目，给人一种理性、明快、神秘的心理感受。	这是美国科幻电影《雷神》的宣传海报。画面中人物身披红色战袍与蓝黑色的铠甲，雷神使用雷神之锤接触地面产生了刺眼光芒，加上不同明度的蓝色背景，而不同的色彩明度之间互为对比关系，给人一种神秘、科幻的气氛，雷神招牌动作鲜明，让人记忆深刻。



明度对比的设计赏析





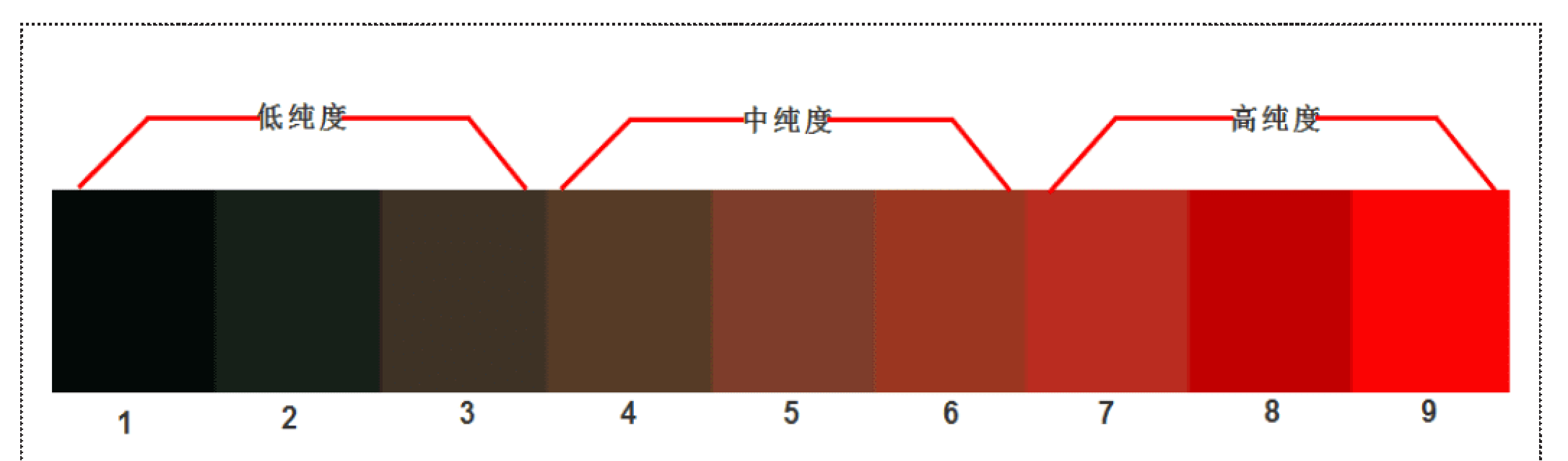




4.2.3 纯度对比

纯度对比是指色彩饱和度的差异产生的色彩对比效果。纯度对比既可以体现在同一类色相的色彩对比中，也可以体现在不同色相的色彩对比中。通常将纯度划分为三个阶段，即高纯度、中纯度和低纯度。

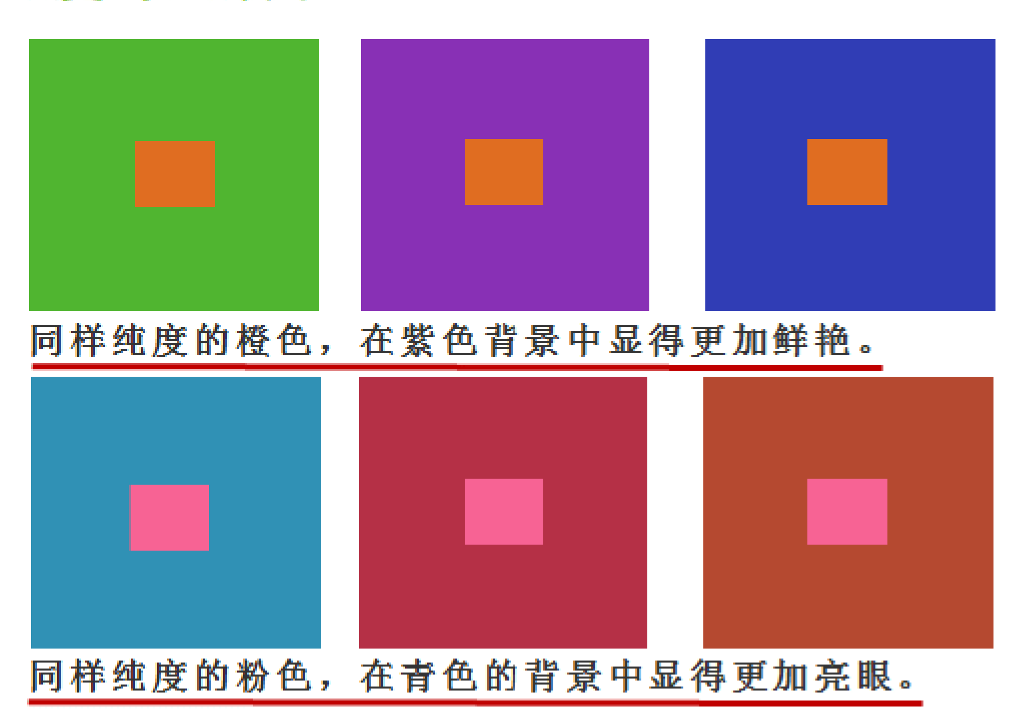
而纯度的对比构成又可分为强对比、中对比、弱对比。色彩纯度对比的力量不及明度或色相对比，在应用色彩的时候要注意这个特性。



纯度变化的基调：

低纯度的色彩基调会给人一种（灰调）简朴、暗淡、消极、陈旧的视觉感受。
中纯度的色彩基调会给人一种（中调）稳定、文雅、中庸、朦胧的视觉感受。
高纯度的色彩基调会给人一种（鲜调）积极、强烈、亮眼、冲动的视觉感受。

同色不同背景的纯度对比效果：



同样纯度的橙色，在紫色背景中显得更加鲜艳。

同样纯度的粉色，在青色的背景中显得更加亮眼。



该案例为简约风格的室内设计。该空间采用高纯度的配色方案，采用橘黄色的墙壁加上艺术感十足的风景油画与褐色地毯的组合，整体空间给人一种温暖、热烈的心理感受。

RGB=230,126,13 CMYK=12,62,95,0
RGB=98,45,13 CMYK=56,83,100,41
RGB=232,210,168 CMYK=12,20,37,0
RGB=165,157,46 CMYK=44,36,94,0



1. 纯度对比根据色彩用量的变化而变化

如果在画面中运用色彩时大量采用高纯度的色彩，整体画面会给人一种刺激、亮眼的视觉感受；如果大量采用低纯度的色彩，画面会给人一种单调、沉闷的视觉感受。因为作品需求不同，色彩纯度的设计也会不同，依情况而定。



该案例为百事可乐的创意广告设计。该作品采用中纯度的配色方案，采用 10% 亮灰色为主色调，整体画面给人一种科技、轻松的心理感受。画面中太空员因为一瓶饮品就将太空服脱下的创意新颖有趣，起到了宣传产品的目的。

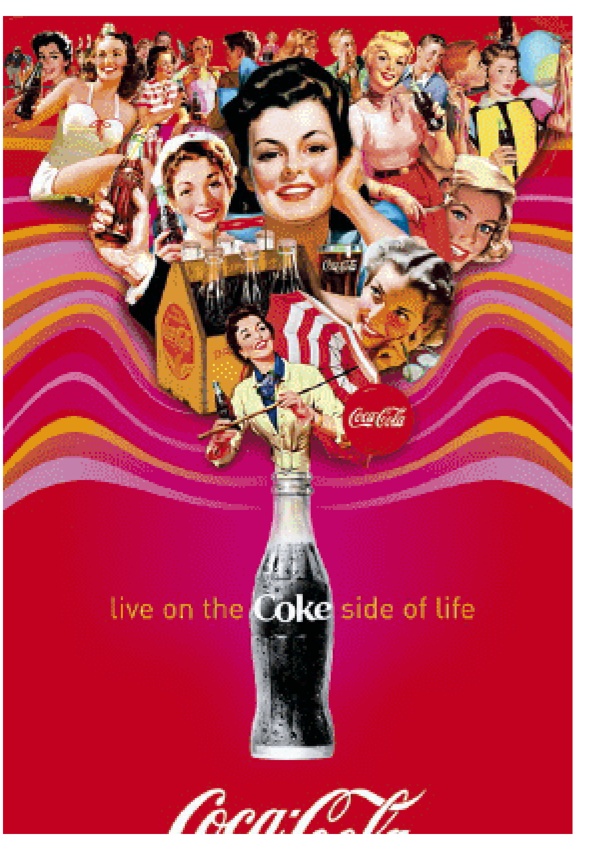


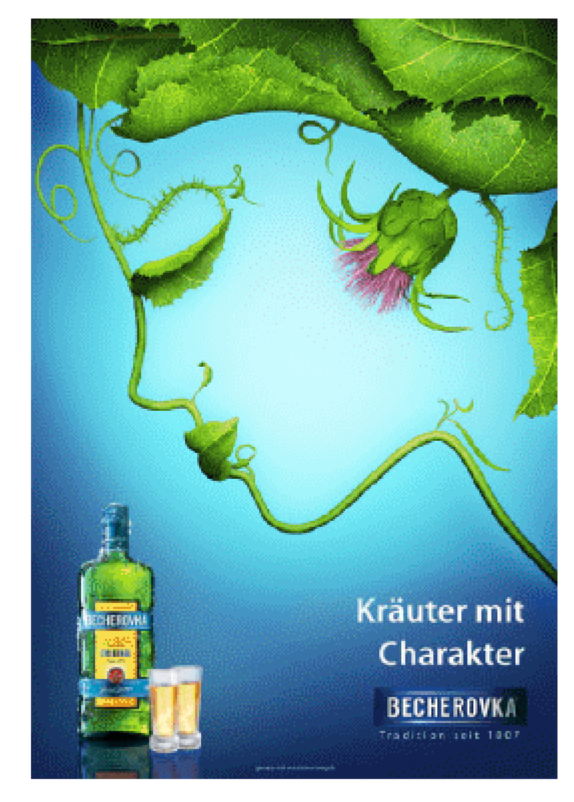
这是一款创意字体设计。该作品采用低纯度的配色方案，采用重褐色的装订木质纹路做字体表面，且字体四周缠绕着青蓝色的花纹，整体造型极具复古、沉闷的气息，但是加上字体上的小动物做点缀，就使得整体画风变得生动起来。



2. 纯度对比的设计赏析









4.3 色彩搭配

色彩可以传达出很细腻的情感，色彩与色彩之间是相互衬托和相互作用的。一个成功的设计首先要有优秀的色彩搭配，在色彩搭配中做好协调、巧妙、层次感。常用的色彩搭配包括两色搭配、三色搭配、多色搭配等。



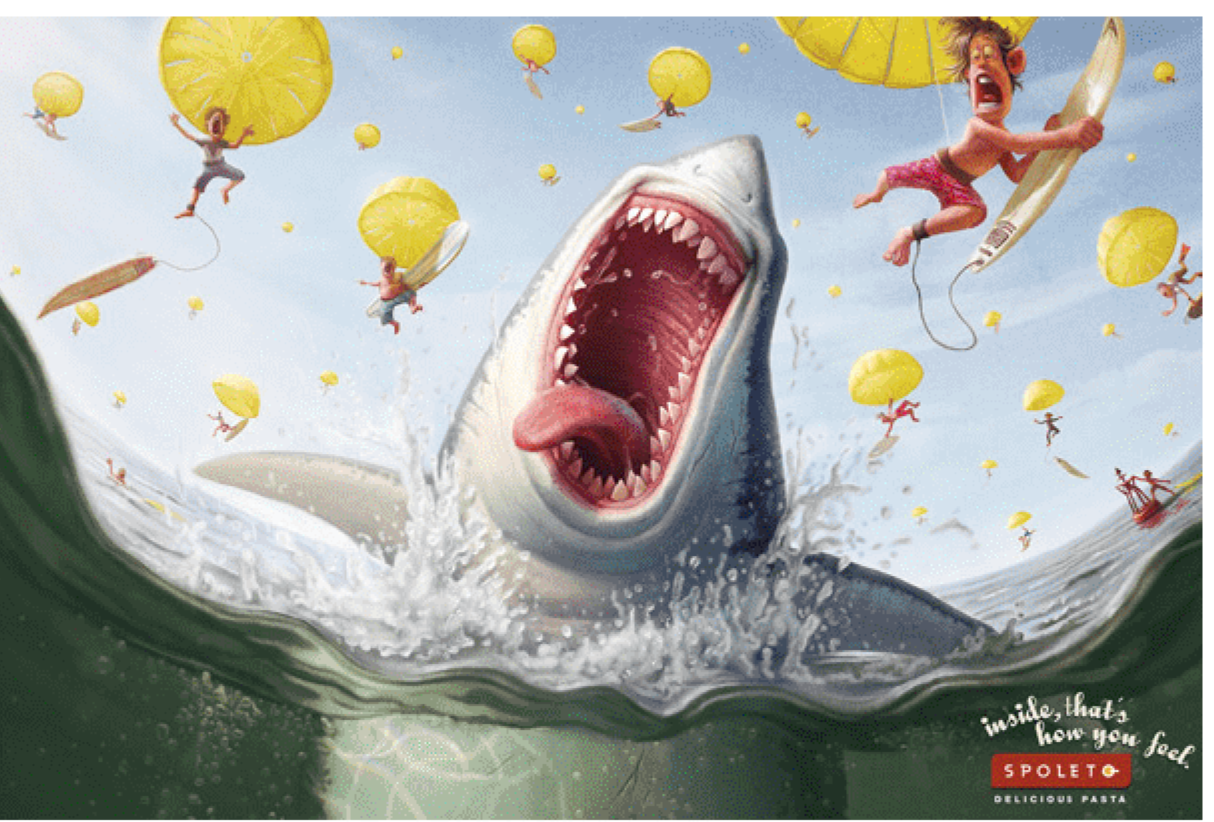












4.3.1 两色搭配

两色搭配是指两种颜色之间的搭配。两色之间若为同类色则会突出柔和、和谐之美。两色之间若为对比色或互补色则会突出刺激、新颖之感。



设计理念：该案例为去污剂广告的创意设计。画面简洁明了，将西红柿放在水墨蓝的牛仔材质刨丝器上刨丝，且将红色产品 LOGO 摆放在右下角，达到宣传产品的效果。

色彩点评：水墨蓝色搭配红色，两种颜色对比鲜明，吸引人的眼球，给人轻松、冷静的感觉。

1 牛仔材质的刨丝器，创意十足。

2 画面色调清新、自然，很容易吸引消费者。

3 品牌 LOGO 字体色调鲜明、独特，增加了画面的感染力，起到了宣传作用。

RGB=67,89,112 CMYK=81,66,47,6

RGB=215,66,42 CMYK=19,87,88,0



这是美国惊悚电影《小红帽》的宣传海报设计。画面采用不同明度、纯度的午夜蓝做背景，加上人物身披红色披风，跪在地上面无表情地看着镜头。整体画面烘托出神秘、危险的气息。而两种低纯度的颜色产生对比，具有很强的画面感和视觉冲击力。

RGB=0,34,53 CMYK=100,88,65,48

RGB=143,32,52 CMYK=47,99,79,16



这是一款商品包装创意设计。该包装盒运用的是抽拉式的包装方式，简洁大方。而包装色调采用粉色搭配蓝色，两种颜色产生对比关系，整体设计具有简约、浪漫、时尚的艺术气息。

RGB=0,90,211 CMYK=88,64,0,0

RGB=243,191,198 CMYK=5,34,14,0



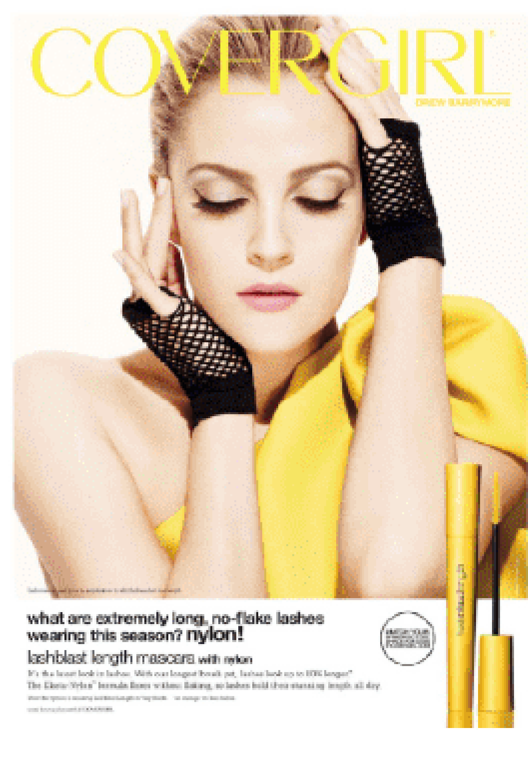
1. 两色搭配技巧——了解色彩特性

两色搭配应用的领域广泛，如服装设计、广告设计等。两种颜色搭配在一起通常不会显得杂乱。

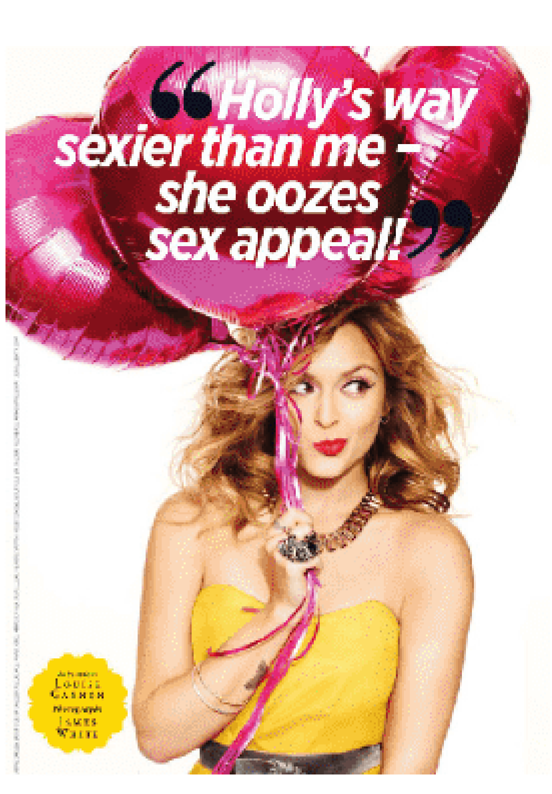
	
该案例为服装设计。模特上衣外套为金色皮质夹克，下身为浅色英伦格子的哈伦裤，整体造型轻快活跃。两种颜色搭配和谐，整体造型具有活力、健康的气息。	这是一款糖果的创意广告设计。画面采用深浓度的棕红色做背景，加上绿色“火焰”与植物相结合的造型。而产品摆放在右下角，与广告语搭配在一起，起到宣传作用。而绿色与棕红色的搭配，给人一种亮眼、精彩洋溢的感受。



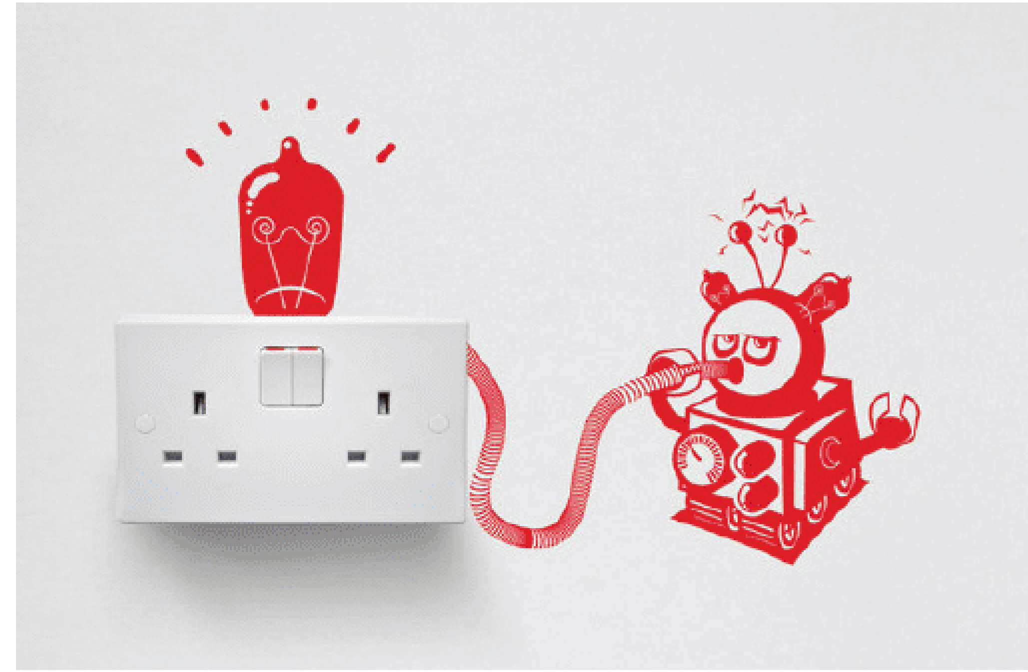
2. 两色搭配的设计赏析

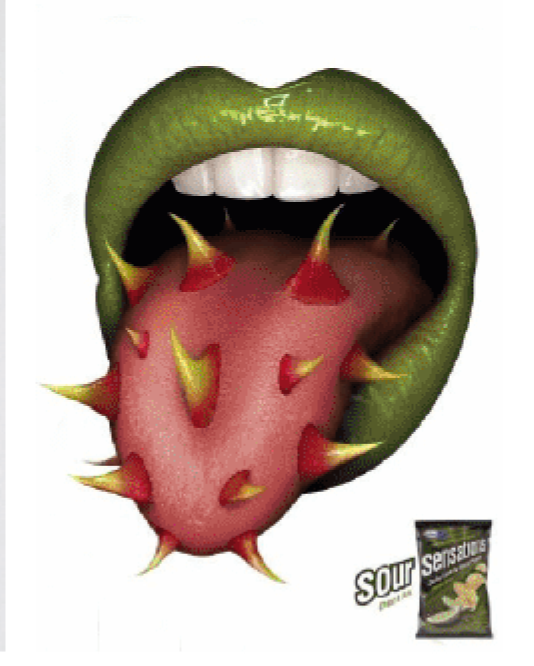












4.3.2 三色搭配

三色搭配是指三种颜色之间的搭配。通常三色搭配要比双色搭配显得更丰富、更有趣。要注意，建议颜色不应超过三种，控制不好容易导致画面杂乱。但是超过三种颜色的设计，也有非常经典的设计，因此任何概念都不要死记硬背。

设计理念：这是一款糖果的创意广告设计。画面采用多边形结构块组成的樱桃造型，而色泽鲜美的水果外观里隐藏着拉伸状、浓稠的果肉，营造了一种全新结构的水果造型。



色彩点评：色彩上使用了不同明度、纯度的红色和草绿色以及月光黄，三种颜色搭配和谐，使画面亮眼而又饱满。

1 将水果打造成充满活力的食品，创意十足。

2 以三维化的晶体图形表现樱桃，富有较强的表现力。

3 果肉的颜色与水果的颜色相匹配，但却拥有完全不同的质地。

RGB=243,255,119 CMYK=14,0,61,0

RGB=200,26,25CMYK=27,99,100,0

RGB=106,183,51 CMYK=63,8,97,0



这是关于麦当劳的节日海报创意设计。画面采用蔚蓝色为背景色，搭配麦当劳的标志包装盒以及橙黄色的薯条，整体画面简单明了，标题文字突出了品牌节日宣传的目的。

RGB=24,37,72 CMYK=98,95,55,31

RGB=244,144,4 CMYK=5,55,93,0

RGB=248,0,34 CMYK=0,97,85,0



这是一个手机软件的 UI 创意设计。该作品采用红、白、蓝为主色调，红蓝之间对比强烈，以白色作为中间色，在很大程度上弱化了激烈的对比，给人一种简单、时尚的视觉感受。

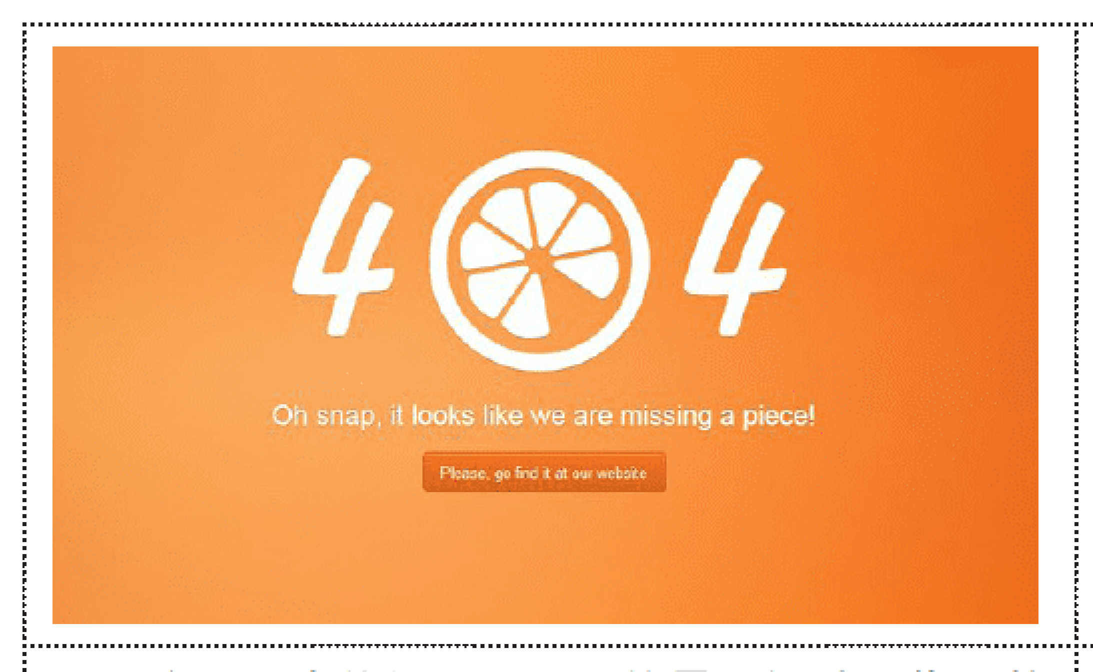
RGB=0,146,210 CMYK=78,33,7,0

RGB=241,8,19 CMYK=4,97,96,0

RGB=255,255,55 CMYK=0,0,0,0

1. 色彩搭配要以传达内涵为主

一个作品优秀与否不在于色彩的多少，而在于色彩是否能够正确、完整地传达主题。其衡量的标准还要以正确传达内涵为前提。所以，颜色不是越多越好。



这是一个错误 404 网页的界面设计。作品整体用色简单，十分有个性，橘色背景加上白色主体文字，加上下方深色的复选框与背景色相对比，层次分明。橙色与白色的搭配也与文字中央的橙子图形相呼应，给观者留下亮眼、醒目的视觉感受。

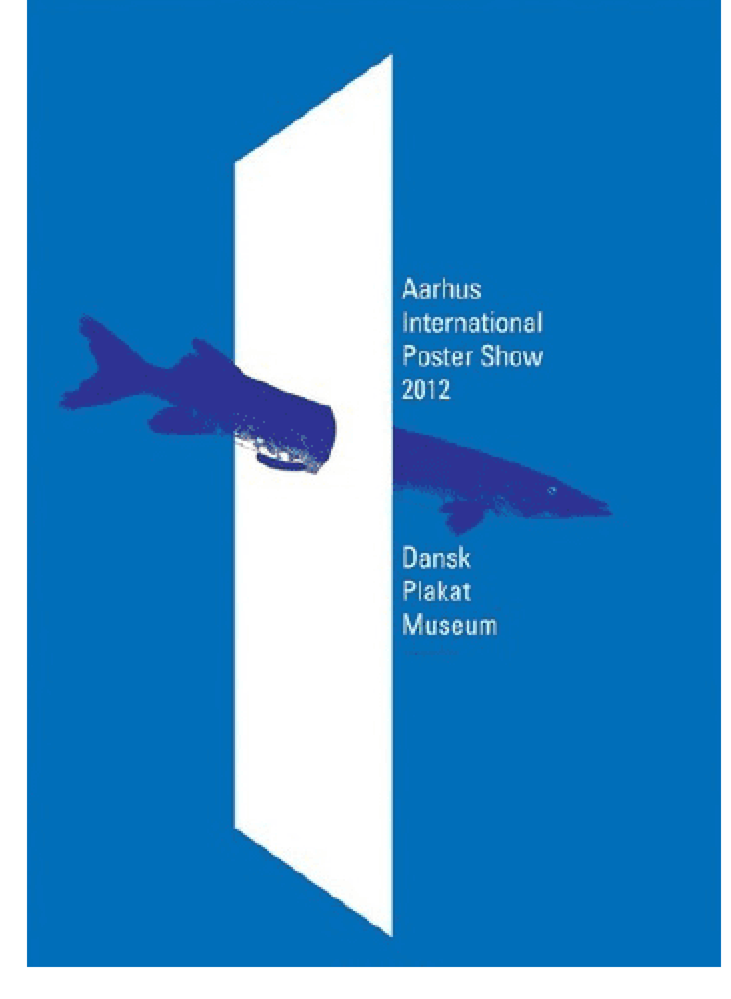


该案例为现代简约风格的室内设计。该空间以卡其灰为主色调，该色彩温和、典雅。搭配深青色抱枕与黑色沙发做点缀，调和了灰色调带给人们的沉闷心情，整体空间的色彩基调给人一种安静、舒适的视觉感受。



2. 三色配色的设计赏析









4.3.3 多色搭配

多色搭配是指超过三种颜色进行搭配。多色搭配最大的特点就是色彩缤纷，需要把握住画面的图形与色彩之间杂而不乱的关系。



设计理念：这是一款饼干的创意广告设计。整体画面用色鲜艳，针对的是年轻消费者群体。

色彩点评：画面采用铬黄色为背景色，以各种鲜艳的对比色为点缀色，给人强烈的视觉冲击，更能吸引年轻人的目光。

1 将产品摆放在视线中心，起到宣传的作用。

2 多种色彩搭配，整体画面鲜艳、亮眼，吸引人的眼球。

RGB=254,220,0 CMYK=6,16,88,0

RGB=239,86,142 CMYK=7,79,18,0

RGB=19,23,24 CMYK=88,81,80,68

RGB=246,139,31 CMYK=3,58,88,0



该案例为现代风格的室内设计。该空间内多种抱枕的颜色互为类似色以及对比色关系，红色、洋红色和紫色颜色相似，搭配在一起颜色变化丰富。相对的还有少量的青色与浅蓝色的抱枕，搭配效果自然和谐。加上碎花的地毯，整体空间充满鲜艳的色彩。给人一种心情舒服、畅快的视觉感受。

RGB=244,80,104 CMYK=3,82,44,0

RGB=223,128,152 CMYK=16,62,25,0

RGB=84,32,68 CMYK=72,97,56,30

RGB=176,39,117 CMYK=40,95,29,0

RGB=141,16,34 CMYK=47,100,97,20



这是关于快餐企业的宣传广告设计。画面采用一系列自然新鲜的食物进行组合，突出该企业是以天然食材为主的食品企业。而将品牌 LOGO 摆放中心位置，起到了宣传作用，且整体画面色调丰富，充满食欲与新鲜的气息。

RGB=108,192,19 CMYK=61,2,100,0

RGB=211,6,11 CMYK=22,100,100,0

RGB=226,164,3 CMYK=16,42,94,0

RGB=1,18,132 CMYK=100,98,44,1

RGB=129,15,51 CMYK=51,100,75,23

1. 多色搭配技巧——色调整体平衡、和谐

在多色搭配时，需注重色彩的整体平衡以及色调的和谐统一，在此基础上使画面主色和其他搭配色之间的关系更加丰富。多色搭配的方式有邻近色、互补色、对比色等多种方式，但在设计过程中，通常其中某种色彩需占主导地位。



这是一款食材的创意广告设计。该广告的文案是：餐盘里的异想世界。画面中将鲜艳的食材摆放在盘子内，充满了食欲，而酱料绘制的人物在食材中遨游，使整个画面设计感十足，且具有动感和新鲜色彩。

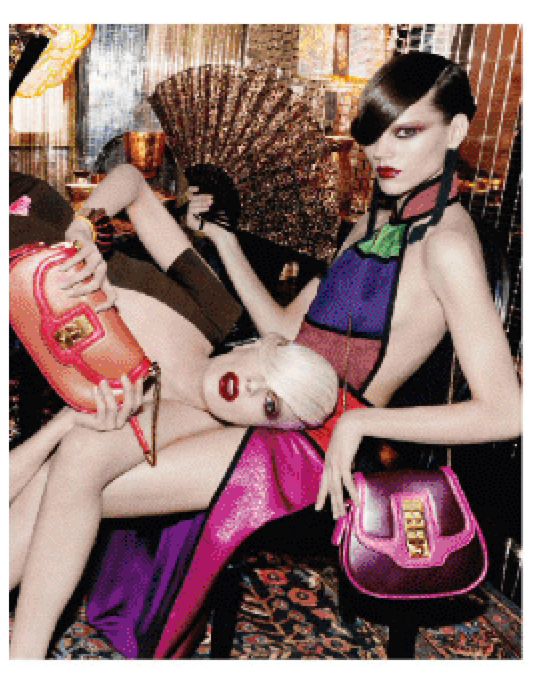


这是一款鞋包创意设计。该作品以彩虹色风格来诠释包袋、鞋履，彩虹色充满耀眼色彩，给人一种愉快的度假氛围，同时在充满文身的手臂的映衬下也伴随着时尚、醒目的视觉感受。



2. 多色搭配的设计赏析













4.4 设计实战：旅行社促销活动广告设计流程解析

4.4.1 设计说明

案例类型：

本案例是为热带海岛旅行项目进行宣传推广设计的平面广告。

项目诉求：

在印度洋上有一片椰林树影般的群岛，水清沙幼、碧海蓝天，是个让人们流连忘返的梦幻国度，它叫作马尔代夫。而马尔代夫的岛大部分是珊瑚岛。所以广告的整体风格要突出海岛景色特点，突出马尔代夫最美的海水、沙滩、珊瑚岛，还有优美的自然风光。本案例是为马尔代夫旅行制作一幅促销广告。





设计定位：

根据热带海岛旅行的特征，画面的基本构成元素通常包含海水、沙滩以及极具热带气候代表的椰树。采用卡通化的矢量图形方式进行展示，色调明快，图形简单直观，使消费者在被美丽的广告画面吸引的同时，驻足观看其中的宣传文字。

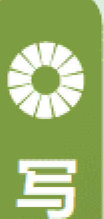




特点：

马尔代夫的碧水蓝天是给每一个游客的基本印象，所以本案例采取了天空与水的颜色搭配沙滩与椰树的色彩，完美地诠释马尔代夫的自然之美。

- 加强文字的可读性，更有效地传达广告目的。
- 文字的设计与整体画面协调统一。
- 具有代表性的颜色的应用能够赋予广告独特的个性。



4.4.2 配色设计

1. 协调色色彩搭配设计





配色方案：

色彩分析：

采用绿色作为画面的主色调，鲜嫩的草绿搭配淡雅的浅绿，正是春夏时节最美的颜色，而黄色和绿色两色是典型的邻近色，画面只包含这两种颜色更加和谐，给人一种清新的美感，极具吸引力。

2. 对比色色彩搭配设计





配色方案：

色彩分析：

采用淡粉色作为画面的主色调，淡雅的粉色搭配清新的天蓝色，并点缀些许黄色，画面色感丰富，且三种颜色互为对比关系。为了避免画面整体反差过大，可以将这三种颜色的饱和度适当降低，明度适当升高，以低反差的方式进行搭配。

3. 互补色色彩搭配设计





配色方案：

色彩分析：

平面广告中运用互补色做主基调，不仅能够美化设计主题，还能刺激观赏者的视觉神经，画面中的嫩绿色加上低明度的洋红色，具有强烈的感染力，能够有效地引导观赏者的目光。

4. 色相对比的搭配设计





配色方案：

色彩分析：

色彩的使用与把握是提升设计认知和辨识度最好的元素，画面中文字是广告主题的最直接表达，可以在第一时间引起人们的注意力。在两幅画面中，主题文字的文字框颜色相同且背景不同，两个广告的对比效果：上右图的色彩搭配对比明显且更强烈，更具有吸引力，从而达到宣传的效果。

5. 明度对比的搭配设计





配色方案：

色彩分析：

色彩是最能表达人们心情的元素，也能够直接影响观赏者对广告产生的印象，在两幅画面中，主题文字的颜色相同但背景不同，两个广告的对比效果：明度高的背景与明度低的背景对比明显，而明度高的背景较为显眼，且更具有吸引力。

6. 纯度对比的搭配设计





配色方案：

色彩分析：

突出旅游环境，将最好的风景展示给旅行者的最好宣传就是清新自然风格的广告设计，以代表自然风光的色彩配以文字说明。这类广告让人第一眼看到就感觉比较轻松，在两幅画面中，主题文字的颜色相同但背景不同，对比明显的色彩搭配，使其清新感更为强烈，且更适合旅游主题。

4.4.3 同类作品欣赏















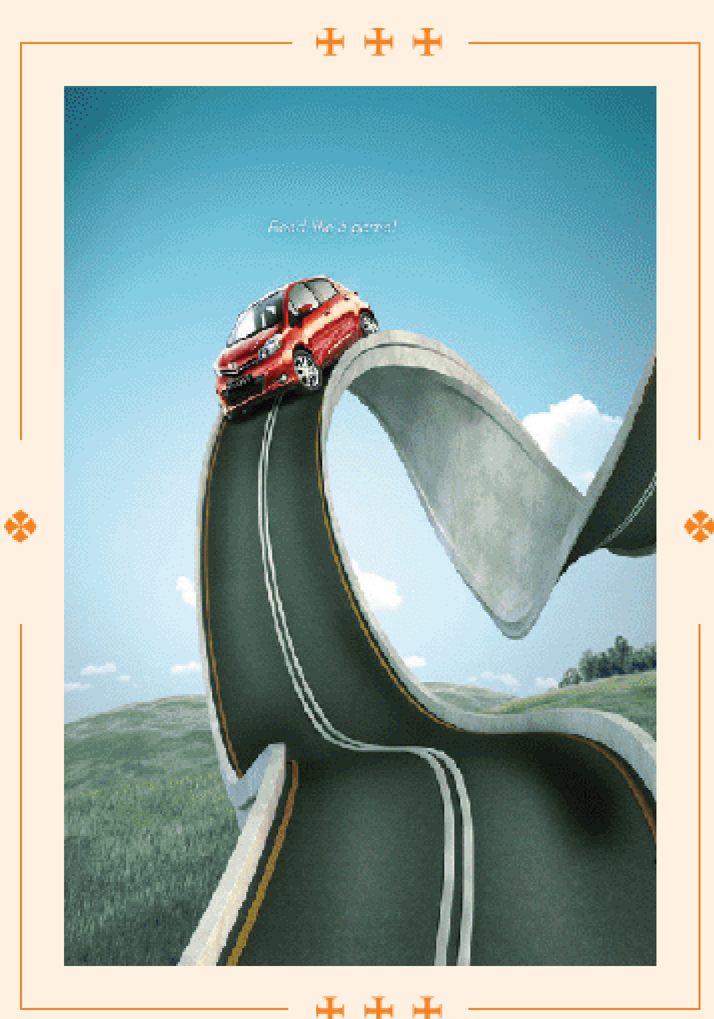
第5章 色彩设计的应用行业

色彩设计即颜色的搭配设计。不同的色彩搭配方案会产生不同的视觉效果和视觉感受。按照行业的应用划分，色彩设计可被应用在海报招贴设计、商业广告设计、室内设计、VI设计、APP UI设计、服装设计、网页设计、书籍设计、商品包装设计等行业中。

- 海报招贴设计作品的色彩通常较为鲜明，不同的色彩可以体现出海报的不同特性，富有较强的视认度。
- 商业广告设计作品的色彩设计注重宣传商品的质量和品牌形象，具有独特的时尚观念。
- 室内设计作品的色彩设计注重居住舒适、凸显风格。
- VI设计作品的色彩设计要求配色准确，用色表达精准，从而达到宣传的目的。











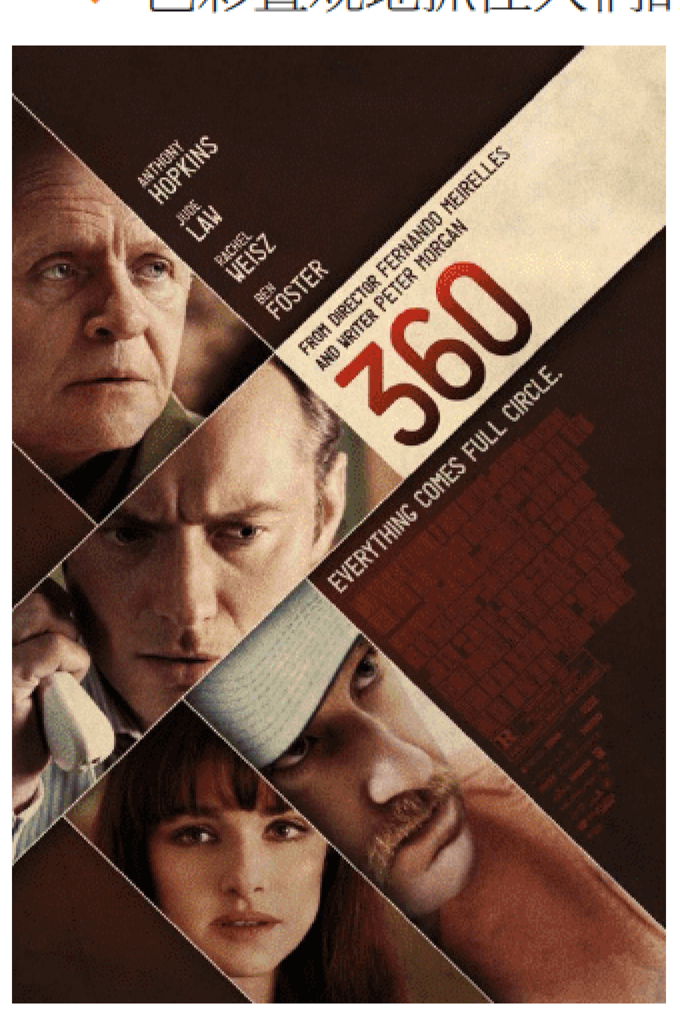
5.1 海报招贴设计中的色彩

海报招贴设计是为达到宣传效果或传递信息而进行的设计。现如今海报招贴设计花样繁多、应有尽有，要想在众多设计中脱颖而出，必须善于利用不同颜色的特性，在设计画面时准确地应用，使信息有效地传达。

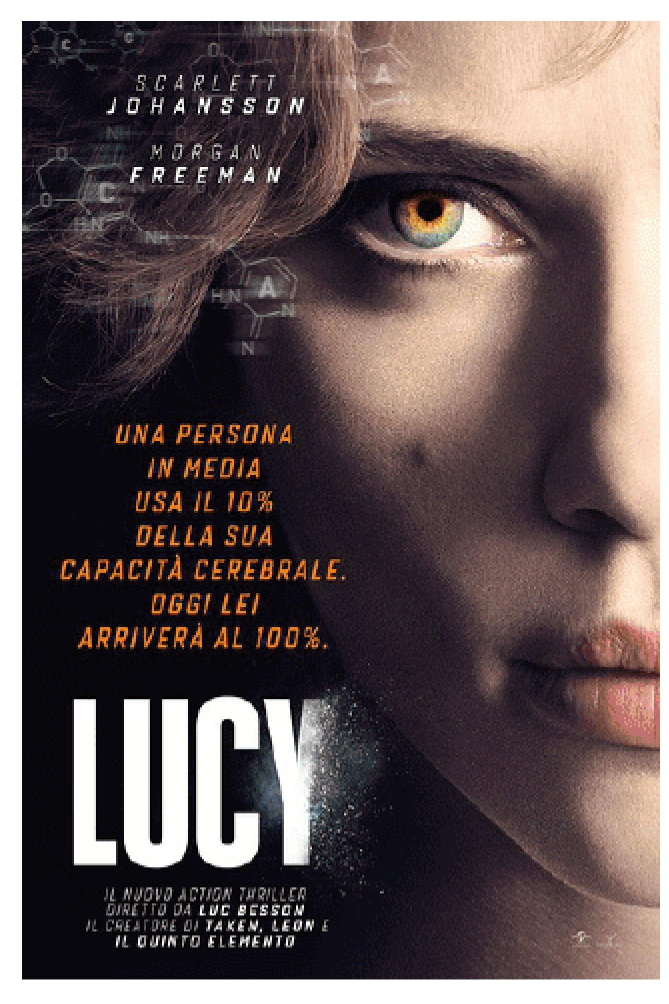
在海报招贴设计中，需要用视觉元素来表达其想法和目的，用图文的形式将信息传达给受众群体。而海报设计中的不同色调会给人们留下不同的视觉印象。加强画面格调的渲染和意境的展现，既提升作品的吸引力，又有助于衬托主题，所以色彩在海报招贴设计中有着举足轻重的作用。

特点：

- 海报主题明确，使人一目了然。
- 画面清晰醒目、具有感染力、想象力。
- 覆盖足够的信息，唤起人们情感。
- 创意十足，耐人寻味。
- 文字简洁明了，直击内心。
- 色彩直观地抓住人们的眼球。











5.1.1 电影海报设计中的色彩应用

电影海报是前期电影宣传的一种方式，能起到夸张表现电影剧情、角色、画面，从而吸引消费者进而增加票房的作用。在电影海报设计中，可以利用独特的色彩搭配，来强调海报造型的夸张性、趣味性，并应用色彩搭配表达电影的情感倾向。

设计理念：这是美国 3D 动画片《超级大坏蛋》的宣传海报设计作品。选用电影中的主要人物形象，将其有规律性地展现在海报上，与独特设计的文字相呼应，使整体画面形成和谐、统一的视觉美感。

色彩点评：画面采用黄色为背景色，而人物则选用对比强烈的蓝色，使整体画面视觉冲击力增强。

1. 画面中人物形象怪异、搞笑，容易吸引人们的眼球。
2. 作品利用对比色为画面制造了充满活力的氛围。
3. 文字配合人物形象，设计成尖状字体，增强了画面趣味性。

RGB=255,223,22 CMYK=6,14,86,0

RGB=17,114,182 CMYK=85,52,11,0

RGB=200,38,35 CMYK=27,96,97,0

RGB=50,52,64 CMYK=83,78,63,37



这是美国奇幻影片《白雪公主与猎人》的宣传海报设计作品。用黑色的鸟挡住了人物的半边脸，露出深邃的瞳孔，气场十足。蓝色瞳孔彰显神秘色彩，整体画面具有迷雾般的神秘气息。

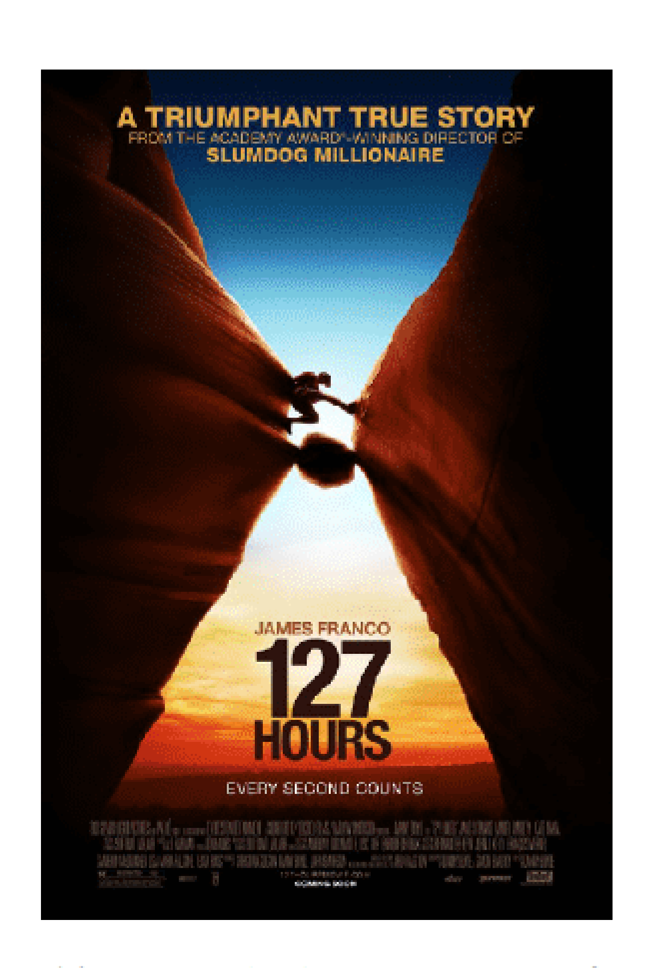
RGB=24,39,.46 CMYK=90,79,70,52

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=153,168,175 CMYK=46,30,27,0

RGB=228,156,38 CMYK=15,47,88,0

RGB=0,112,119 CMYK=88,50,53,2



这是美国冒险片《127 小时》的宣传海报设计作品。惊心动魄的画面扣人心弦，整体构图巧妙，使用互补色蓝色和橘色，增强了视觉冲击力。

RGB=47,19,15 CMYK=71,87,88,66

RGB=90,24,2 CMYK=57,94,100,48

RGB=13,72,112 CMYK=96,77,43,6

RGB= 223,90,25 CMYK=15,77,95,0

RGB=239,250,252 CMYK=8,0,2,0

5.1.2 公益海报设计中的色彩应用

公益海报具有一定的思想内涵，且对人们起到警示作用，通过对某一现象的反思，引起社会的共鸣。公益广告设计想要脱颖而出，需要在设计中运用独特的色彩搭配、新颖的设计方案以及有令人反思的故事设置，使人们的视线停留在你的海报设计之中。



设计理念：这是一个关于生命健康的公益海报设计。海报中的孩子头部笼罩着烟雾，如同袋子一般，孩子表情十分痛苦，告诫人们吸烟有害健康，对儿童影响尤其大。

色彩点评：海报采用黑色为背景色，给人一种严肃、沉痛的视觉感。

1. 通过孩子来警示大家，吸烟有害健康。
2. 画面下方的方形设计成香烟的形状，呼应主题。
3. 画面整体颜色暗沉，给人以压抑、沉重的感觉。

RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80

RGB=199,159,149 CMYK=27,42,37,0

RGB=143,128,107 CMYK=52,50,58,1

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



这是一幅关于保护动物的公益海报设计。画面中采用黑色为主色调，只在“犀牛角”上面采用了鲜艳的红色，强烈的画面感警醒人们不能看到待售的犀牛角制品就忘记背后惨痛的生命，呼吁大家保护野生动物，整体画面给人一种深沉、严肃的感觉。

RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=254,0,1 CMYK=0,96,95,0



这是一幅极具创意感的环保公益海报，把手指比作树木，断了会流血，造型简约且创意感十足，给人强烈的视觉冲击力。而青黑色的手搭配绿色和土黄色，给人以沉重的感觉，呼吁人们保护环境。

RGB=57,52,63 CMYK=80,78,64,37

RGB=148,103,67 CMYK=49,64,79,6

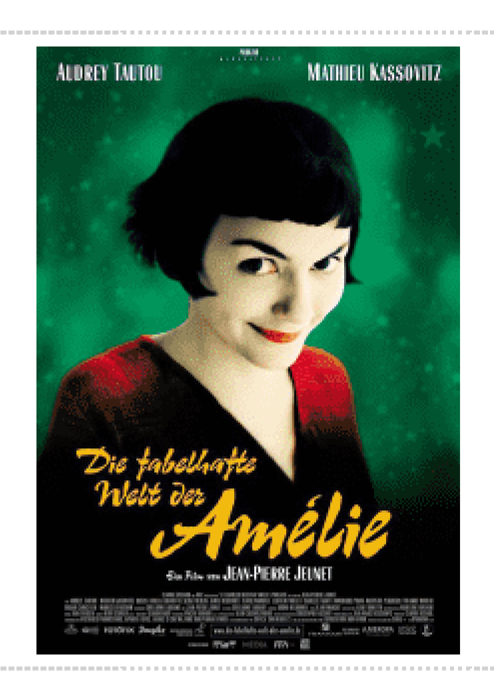
RGB=143,140,109 CMYK=52,43,60,0

RGB= 212,210,135 CMYK=24,15,55,0

RGB= 216,79,53 CMYK=18,82,81,0

5.1.3 海报招贴设计中的色彩应用技巧——画面丰富、饱满，富有吸引力

海报招贴设计中的色彩应用技巧主要在于配色与主题相吻合，画面构图丰富、饱满，视觉冲击力要强，使人能产生强烈的了解欲望，进而使海报在众多作品中脱颖而出，吸引更多消费者。



这是法国爱情电影《天使爱美丽》的宣传海报设计。海报的主色调采用绿色、黄色和红色，对比色的应用使人物具有鲜明的个性标记，极具吸引力，而人物表情也反映了该影片具有幽默感。



这是一张关于反对家庭暴力的海报设计。披着婚纱的新娘脸上和身上都有着伤痕，而画面整体采用白色和灰色为主色调，这与身上的伤痕产生了极端的对比，从而吸引人们的注意力。

5.1.4 配色方案

双色配色

三色配色



五色配色



5.1.5 海报招贴设计赏析





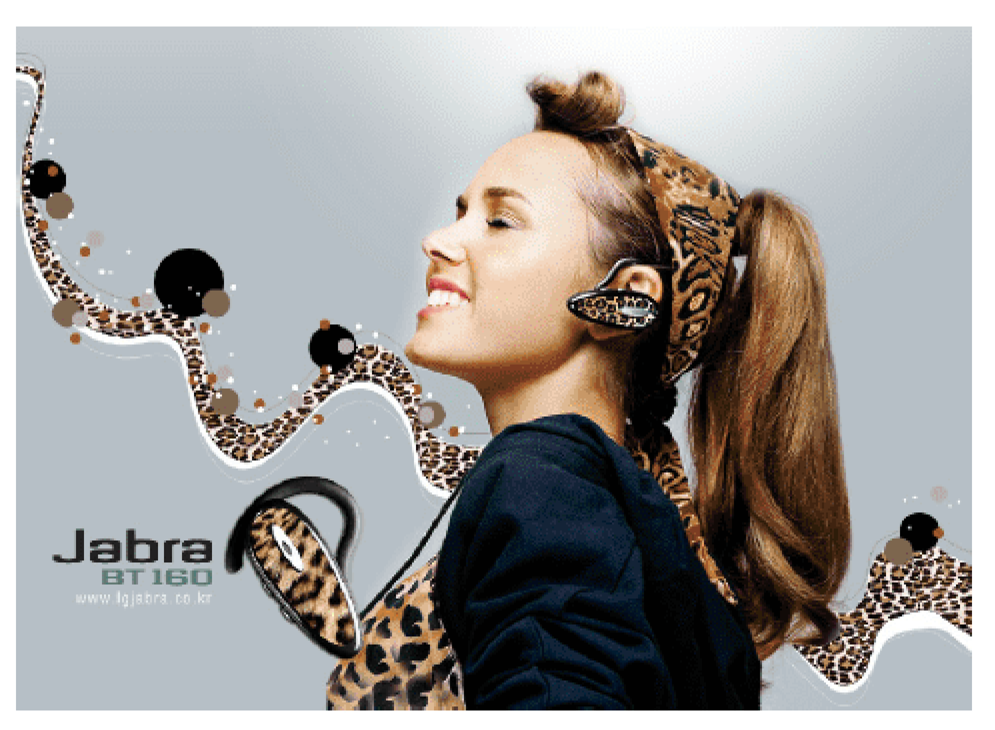


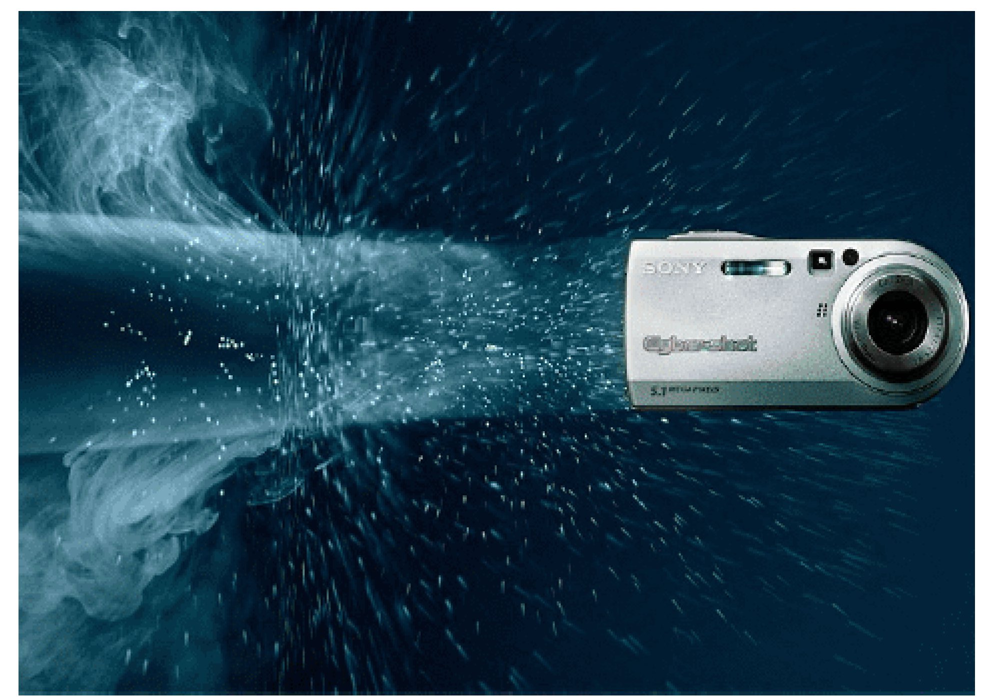
5.2 商业广告设计中的色彩

商业广告是指用于推销商品或提供服务的广告。商业广告是通过色彩搭配、文案编排和版式构图等方面进行设计，从而吸引消费者。色彩对于人的心理有着特殊的影响，它能唤起各种情绪，在广告设计中充分运用色彩可以有效地加强广告对受众群体的情感影响力度，从而更有效地吸引注意力、传达商品信息。商业广告从产品类型上可以分为电子产品广告、汽车广告等众多类型。不同的商品，其表现方式也不同。如电子产品多突出科技感，而汽车则更侧重于突出速度、安全和性能。

特点：

- 构图简洁明快，突出商品品牌内涵。
- 关联性较强，提升企业知名度。
- 色彩搭配独具风格，具有高端视觉感。









5.2.1 电子产品广告设计中的色彩应用

电子产品的广告，较注重产品性能的展现。设计者应抓住流行元素，满足人们的需求。让消费者能较快地了解产品的特点，且良好的配色可以带动人的思维。

设计理念：一支笔搞定一切，手写笔如同八爪鱼的脚一样灵活，突出了手绘板操作的灵活性。夸张的设计，让作品更加生动有趣。



色彩点评：以藕荷色为主色调，产品颜色为深灰色，搭配红色动物和白色纸张，让画面更加活泼，不同明度的藕荷色做背景，给人清新、淡雅的感受。

1. 这是一则手绘板的广告，上下式构图，抓住了人们的视觉中心。
2. 版面主色调与商品色彩的反差使广告更醒目，突出产品。
3. 整体造型非常适合人类的视力明度，有利于缓解人们的视疲劳。

- RGB=231,206,202 CMYK=11,23,17,0
- RGB=161,64,47 CMYK=43,86,90,8
- RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80
- RGB=66,65,71 CMYK=77,72,64,29




这是一款相机的创意广告，该广告“请”到了画像方面的专家——阿尔布雷希特·杜勒，轻松自然地自拍，满足大众时尚潮流。棕色机身给人一种时尚、雅致的视觉感。

- RGB=24,19,15 CMYK=83,82,85,71
- RGB=215,194,151 CMYK=20,25,44,0
- RGB=114,72,58 CMYK=57,74,77,24
- RGB=73,114,110 CMYK=77,51,57,3



这是一款手表的创意广告，以蓝色为主基调，通过层次丰富的明度、纯度对比，拉伸了画面的层次感，使画面更加生动、有趣。

- RGB=26,134,183 CMYK=80,40,19,0
- RGB=37,178,234 CMYK=70,15,5,0
- RGB=53,108,190 CMYK=81,57,0,0
- RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
- RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80

5.2.2 汽车广告设计中的色彩应用

不同的汽车品牌，有自身的特色和宣传卖点。如跑车突出速度、外形；SUV 突出通过性、储物空间；轿车突出操控性、舒适等。最常见的汽车颜色有白色、黑色、灰色、红色、蓝色等。而汽车广告也要充分考虑汽车本身的颜色进行广告画面颜色的搭配。



设计理念：将跑车居中摆放，视觉重心以产品为主，版式简单明了，可以让消费者第一时间识别汽车品牌和车型。

色彩点评：整体色调采用不同明度的青色为渐变背景，很好地烘托出了科技感和未来感。

1 主体汽车很好地抓住了人的视觉重心。

2 背景色的变化加上光影效果，形成空间感。

3 标题精致的创意文字，为画面带来一丝时尚气息。画面下方的文字十分规整，与标题文字相呼应同时交代了汽车的相关信息。

RGB=1,22,34 CMYK=98,88,72,62
RGB=8,57,86 CMYK=98,82,53,22
RGB=161,182,185 CMYK=43,23,26,0
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



该广告以青色为主调，汽车在冰天雪地里拉着一艘冰船的造型充分体现了汽车对自身动力的自信，具有较强的宣传力度。

RGB=211,223,235 CMYK=21,10,6,0
RGB=18,75,120 CMYK=95,76,39,3
RGB=0,9,38 CMYK=100,100,68,60
RGB=140,131,116 CMYK=53,48,54,0
RGB=231,216,277 CMYK=13,16,34,0



整个广告呈一种青黑色调，汽车造型十分动感、华丽，气势恢宏，犹如黑暗骑士般破土而出。

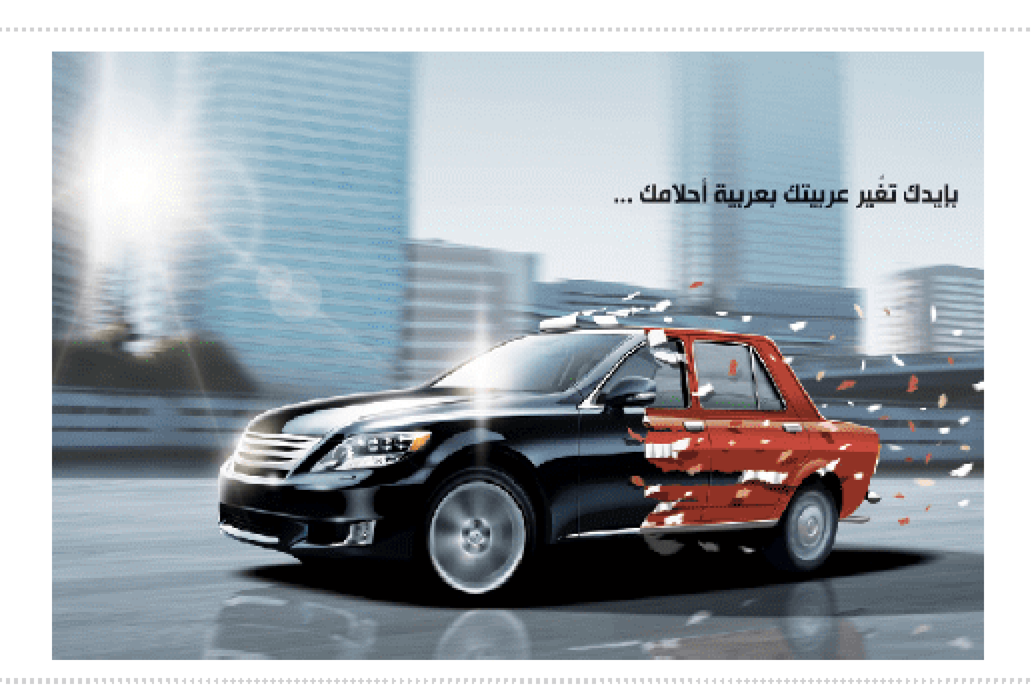
RGB=248,243,224 CMYK=4,5,15,0
RGB=218,217,204 CMYK=18,13,21,0
RGB=45,65,76 CMYK=86,72,61,28
RGB=16,21,29 CMYK=91,86,74,65
RGB=52,77,143 CMYK=88,76,22,0

5.2.3 商业广告中的设计技巧——夸张产品特色

在设计商业广告时，除了色彩搭配需要重点设计外，产品的特色也需要创意性地进行夸张。把产品优势特色无限进行放大，更会产生趣味感和创意感。



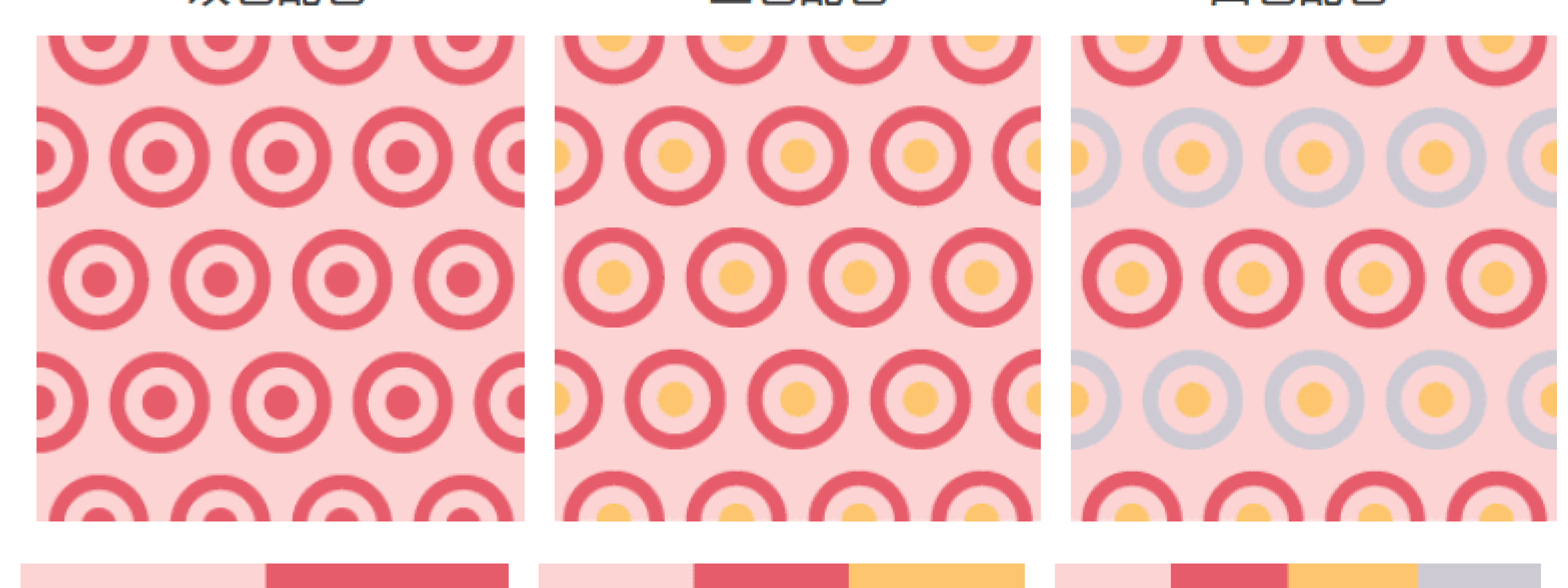
这是一则手机广告设计作品，强调手机的待机时间。在整体偏暗的色调中，一抹绿色十分醒目，让产品特点立刻显现。



车速太快，车漆都要掉了，趣味性地突出了产品的速度特点。红色的点缀使得画面更具活力和动感，视觉冲击力强，轻易吸引住人的眼球。

5.2.4 配色方案

双色配色　　三色配色　　四色配色



5.2.5 商业广告设计赏析





5.3 室内设计中的色彩

室内设计的目的是塑造舒适、美观的室内空间。室内色彩需要在满足功能性和精神性的基础上，充分发挥出色彩在空间的美化作用。还要正确地处理空间的协调统一性，以达到空间统一的效果。色彩是一种诉诸人的情感的一种表达方式，对人的心理和生理都会产生一定的影响。因此空间设计利用人对色彩的感觉，来创造富有个性层次的空间，从而放大空间的异彩。色彩与空间的结合不仅能够给空间带来印象深刻的视觉感受，也能创造出不同温度、远近不同等的视觉感受。

从温度感的角度来说，空间由红色到黄色（红、橙、黄）能够提升空间的温度，给人感觉更为温暖，青、蓝、紫以及黑白灰则会给人清凉、爽朗的感觉；远近感也是和冷、暖色系相关联。暖色系给人突出、前进的感觉，冷色系给人后退、远离的感受。

特点：

- 空间中物质与精神的结合，更能满足人们的心理需求。
- 具有人与空间协调统一的美感，从而突出以人为本。
- 营造舒适、美观的室内空间是重点。
- 还可以通过颜色展现空间的“个性”。









5.3.1 软装饰设计中的色彩应用

软装饰设计是指空间中可移动的元素的设计，软装包括家具、装饰画、窗帘、灯具、绿植、地毯等物品，通过合理的布局与装饰，使得空间由多个部分构成一个整体，使家居的风格、家具的摆设等多重元素得到系统化的统一。软装饰可以根据居住人的经济水平和空间大小进行合理的搭配设计。软装饰既能装饰空间，又能提升空间气质。



设计理念：空间以紫色为主色调，绿色为辅助色，产生强烈的对比视觉效果。点缀以金色，并加之米白色进行调和，整个空间色彩高贵而协调。

色彩点评：紫色给人高贵、优雅之感，在空间中使用紫色，可以增加空间浪漫之感。

1. 对比色的配色方案使整个空间鲜明、动人。
2. 紫色体现高贵、神秘、时尚、优雅的现代气息。
3. 画面中各部分颜色比例分布协调合理。

RGB=126,37,124 CMYK=64,98,22,0
RGB=240,222,212 CMYK=7,16,16,0
RGB=188,133,78 CMYK=33,54,74,0
RGB=102,134,42 CMYK=68,40,100,1



该作品为绿色作为主色调的美式风格卧室设计。典雅的室内采用绿色和白色的装饰品来营造清新、自然的环境。

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=167,175,100 CMYK=43,26,70,0
RGB=134,129,91 CMYK=57,48,59,1
RGB=86,28,4 CMYK=58,91,100,49
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80



鲜黄色与灰色的空间搭配，凸显舒适、温馨的环境，令人心情愉快，绿色盆栽也给室内增添了几许生机。

RGB=128,127,123 CMYK=58,49,49,0
RGB=236,216,36 CMYK=15,14,87,0
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=205,153,44 CMYK=26,45,89,0
RGB=125,143,35 CMYK=60,38,100,0

5.3.2 工装和家装设计中的色彩应用

无论是工装还是家装设计，在进行空间设计时要把握好空间的主次结构和层次分明，这样不仅能够使室内空间丰富多彩，也能保持室内的完整性。室内空间设计最应该重视的是空间给人带来的舒适性，要做到空间为人提供服务，不要让人围绕着空间转，这样才能够使空间更具人性化。

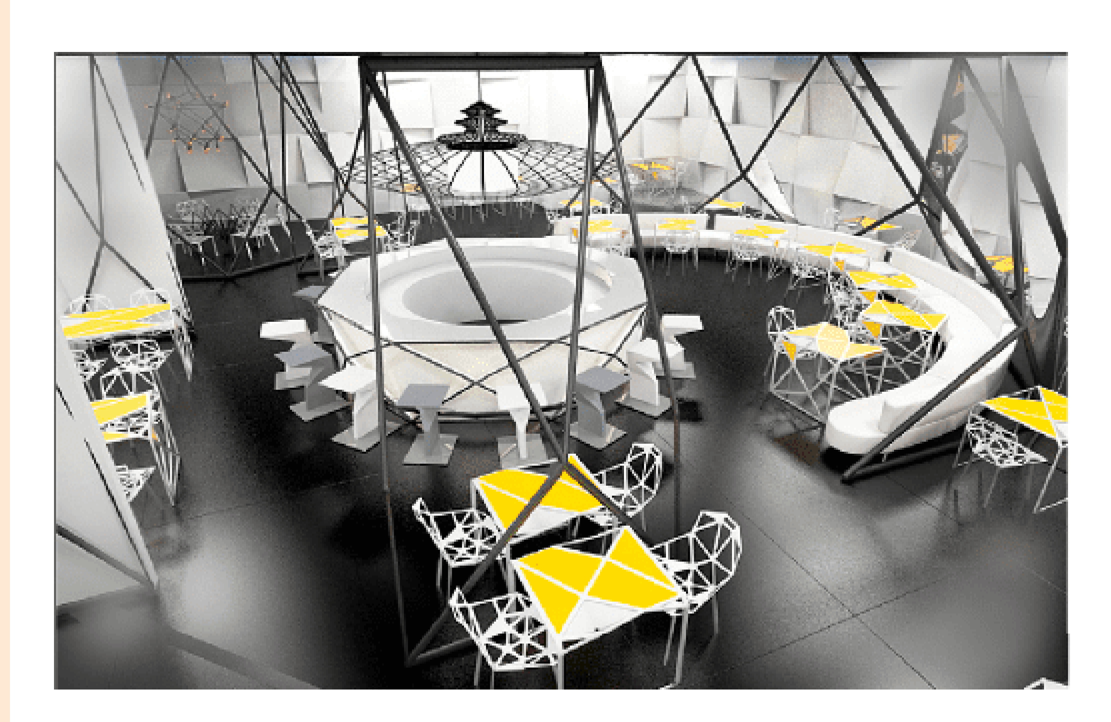


设计理念：作品以黑白灰的经典配色，搭配时尚现代的 U 形设计，打造出沉稳大气的商务氛围。

色彩点评：主色为黑白灰，永不过时的经典搭配色，具有强烈的空间层次感。

1. 黑白灰的经典搭配使整个空间充满了理智、冷静的感觉。
2. U 形设计个性独特，是时尚感与现代化的结合。
3. 视觉上给人简约、时尚、深邃的感受。

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=204,182,165 CMYK=24,31,33,0
RGB=80,80,80 CMYK=73,66,63,20
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80



现代简约的室内设计，线条明朗的金属结构是简约风格的代表元素，充满活力的黄色和灰色相搭配，显得既鲜明又和谐。

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80
RGB=163,164,169 CMYK=42,33,29,0
RGB=255,225,0 CMYK=6,13,87,0
RGB=234,125,28 CMYK=10,63,91,0

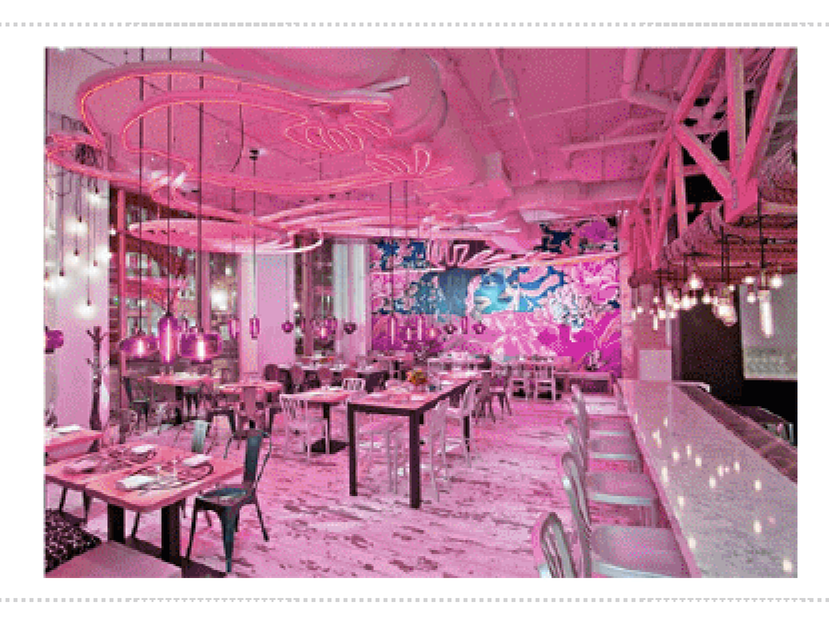


本作品采用空间简约化的设计方式带来宽敞明亮的家居生活，以白色为主调，给人以敞亮、干净的感受，也会放松人的心情。

RGB=166,202,160 CMYK=42,10,45,0
RGB=96,126,160 CMYK=69,48,27,0
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80
RGB=95,114,48 CMYK=70,49,100,9
RGB=146,34,33 CMYK=46,98,100,16

5.3.3 室内设计中的色彩应用技巧——灯光对室内设计的作用

室内环境的配色，可以直观地展现出主人的独有品位，而不同的灯光效果也影响着人们的生活、心理和情绪。合理构建良好的灯光色彩，能更好、更省力地装扮家居，打造更舒适的居家生活环境。所以在灯光的布置方面，要考虑到不同的光色对环境和居住者产生的心理暗示，如粉色的浪漫幻想、蓝色的海洋畅想。



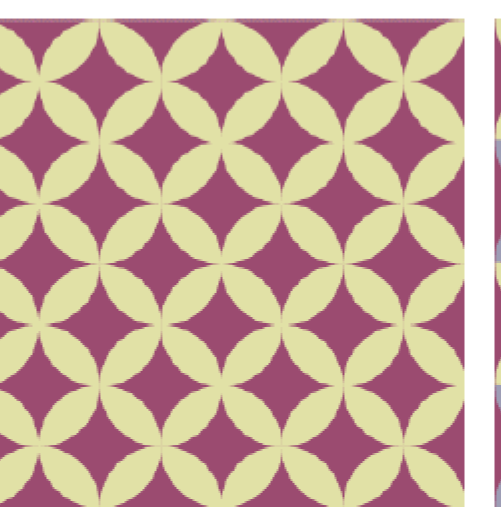
浪漫优品紫作为天花板来点缀空间，艺术风味十足，而空间采用罗曼蒂克风格，具有轻盈、细腻的特点，营造浪漫、快乐的空间。数盏灯犹如繁星般耀眼，透过粉色的灯罩，映射出浪漫唯美的光晕，成为餐厅最大亮点。



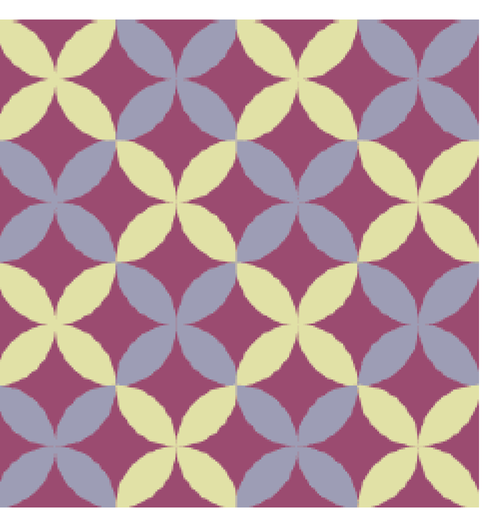
蓝色是一种神秘的、极具穿透力的颜色。以蓝色的主调来装饰室内，常给人以刺破长空的震撼。在闪耀着璀璨的蓝色海洋里，点缀以暖色的光源，无论是家具还是饰品都会是流光溢彩，带来梦幻般的效果。

5.3.4 配色方案

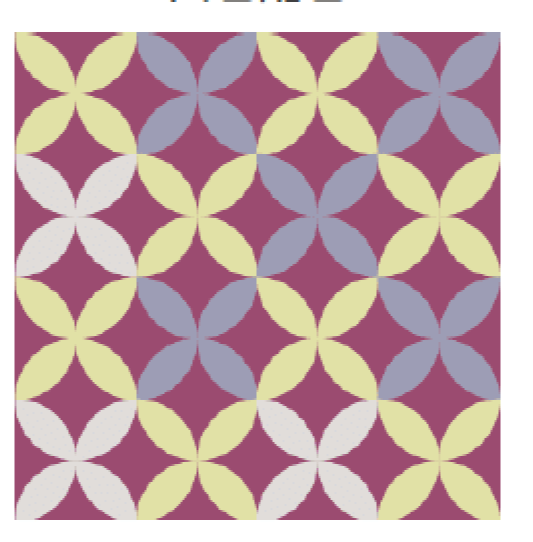
双色配色



三色配色



四色配色



5.3.5 室内设计赏析





5.4 VI 设计中的色彩

VI 设计，即视觉识别系统，是以标志、标准字和标准色为中心展开系统的视觉表达体系。VI 设计功能包括与其他企业进行区分、建立企业形象、增强企业凝聚力、提高市场竞争力等。色彩在 VI 设计中是最重要的元素之一，在设计方案制定之初，就需要配色定位准确，用色彩精准地表达，从而达到宣传的目的。

特点：

◆ 易于识别是 VI 设计的最根本要求，具有特色的 VI 设计更容易让消费者捕捉到品牌的信息，从而增加企业形象之间的差异。

◆ 风格统一要求企业在对形象识别中的各项内容在设计元素和设计风格上都要保持一致。

◆ VI 系统的覆盖面较广，一旦建立了视觉识别系统，就要严格遵循系统规范，并坚持长期运用，不得轻易改动，这才能使传播效果达到最佳。

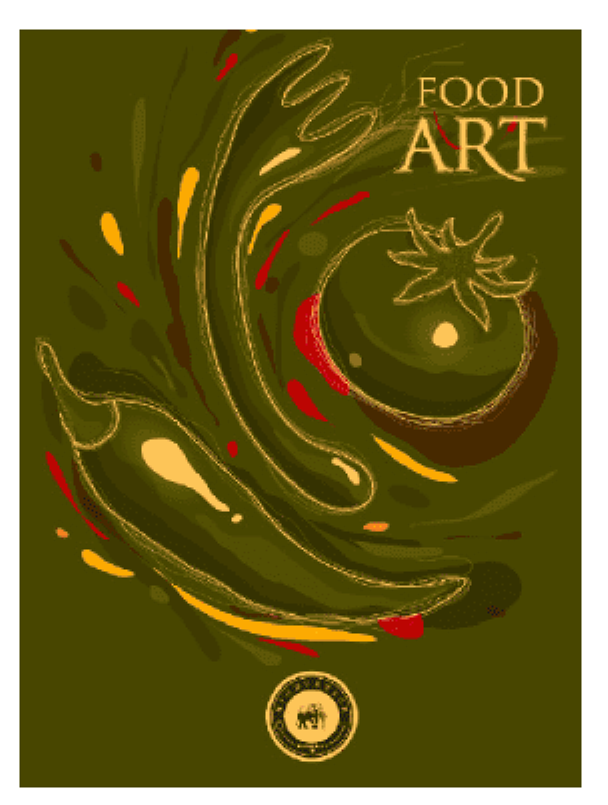
◆ VI 设计是建立在企业文化的基础上，应体现出民族特色，弘扬民族文化精神。同时这也是塑造国际化大企业的先决条件。

◆ 时代在进步，人们的审美也在不断提高。VI 设计要及时地更新换代，符合这个时代的特征，以适应未来时代发展的空间。













5.4.1 教育类 VI 设计中的色彩应用

教育类的 VI 设计可以通过对教育机构的整体视觉识别系统的设计，使人们感受到教育的力量、质量和信念，从而达到更直观、更统一的传播作用。

设计理念： 这是一所学校的标志设计。标志整体形态以圆形为基准，LOGO 中心图形采用火炬以及动态手型为主，画面左侧标示出办校时间，文字信息以弧形展现在周围，信息传达直观而准确。



色彩点评： 标志底色采用高明度、低纯度的黄色，辅助以橙色图形以及黑色文字，信息内容更加明显。

1 火炬的曲线绘制具有向上延伸的动感。

2 标志轮廓结合手臂的轮廓形成连续的线条，具有一定的寓意，并且增强了标志的活力。

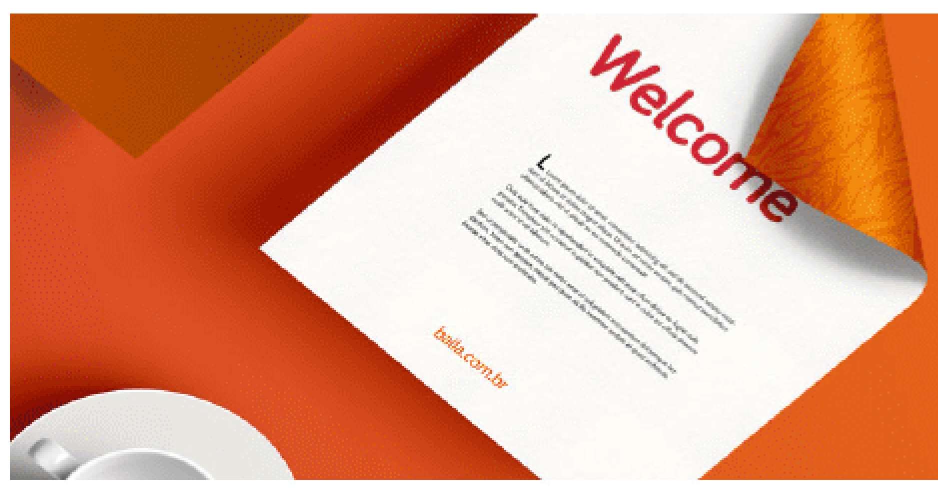
3 图形寓意着学子是冉冉升起新星，如同火焰一样一直持向上发展的趋势。

RGB=254,248,203 CMYK=3,3,28,0
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=244,121,55 CMYK=3,66,78,0



这组 VI 设计整体用色简洁，主要采用橘色为主色，给人一种活力感，与深灰色搭配更具有干练、时尚的视觉效果。

RGB=33.28.32 CMYK=83.82.75.62
RGB=238.237.243 CMYK=8.7.3.0
RGB=232.92.67 CMYK=10.77.71.0





该设计为舞蹈培训机构的 VI 设计。画面运用橘色为主色调，而整体造型生动、美观，具有极强的感染力，且给人以美的享受。

RGB=215,78,32 CMYK=19,82,94,0
RGB=166,202,160 CMYK=42,10,45,0
RGB=185,54,68 CMYK=35,91,71,1
RGB=196,196,196 CMYK=27,21,20,0
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80

5.4.2 餐饮类 VI 设计中的色彩应用

在餐饮类的 VI 设计中，通常将餐饮元素融入设计中，如标志设计常结合杯子、叉子、盘子等餐具，不仅可以丰富文字和图案，还能够使观者产生直观的理解。极具特色的创意设计，会提升餐饮类 VI 的品牌形象记忆。

设计理念：标志核心部分图案是个杯子，表达意义明确，杯子下半部采用白色为底，反白的图形清晰明确，同时也可暗指食品干净卫生，可放心食用。



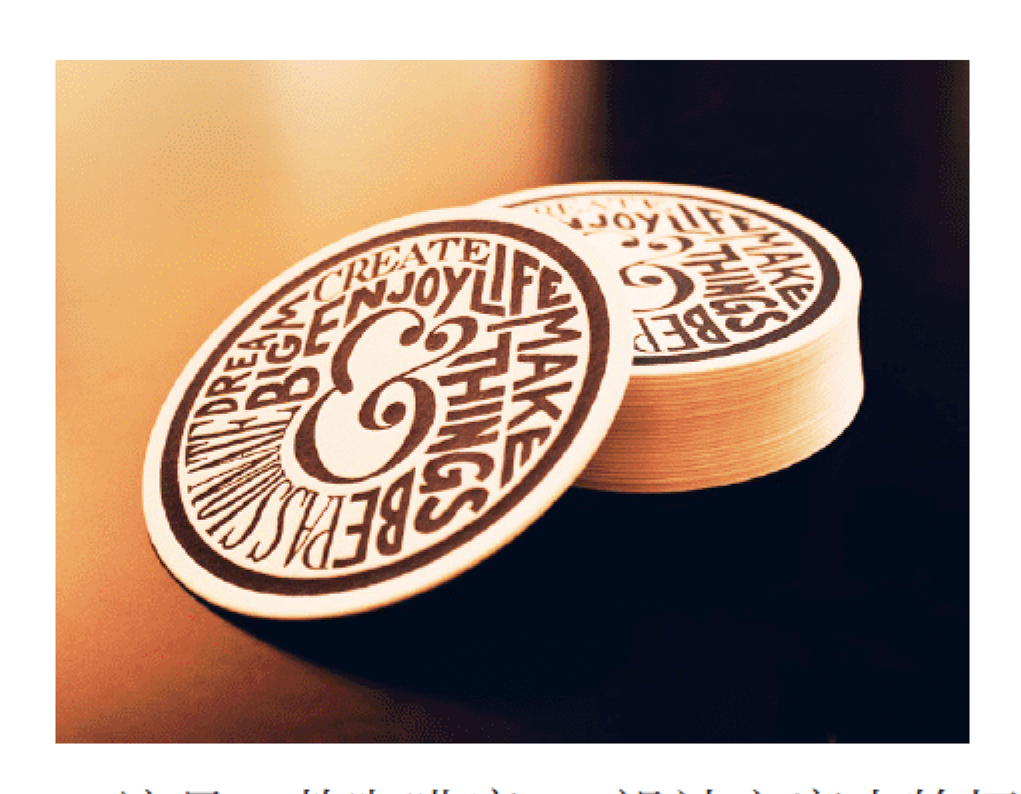
色彩点评：橘红色给人美味、健康、活力的视觉感，尤其用在食品中更是应用广泛。此外橘红中红色偏多，更加醒目，吸引人们目光。

1 标志下方文字采用黑色字体，既不抢主体图标的风头，又格外庄重，图文搭配恰到好处。

2 整体画面简洁大方。

3 给人美味、活力、健康的视觉感受。

RGB=255,91,0 CMYK=0,78,93,0
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80



这是一款咖啡店 VI 设计方案中的杯垫设计。以米色为底，巧克力为主色，富有品位且上档次的色彩搭配。杯垫主要以各种形态的字母组成，增强了整体造型深度，韵味十足。

RGB=58,33,22 CMYK=69,81,89,59
RGB=254,244,228 CMYK=1,6,13,0



这是一家汉堡餐厅的 VI 设计作品。整体设计采用高明度的铬黄作为西餐厅主色，让消费者下意识里想起汉堡、炸鸡等食物，激发人们的食欲。

RGB=245,199,43 CMYK=9,26,85,0
RGB=53,42,40 CMYK=75,77,76,53
RGB=227,192,144 CMYK=15,29,46,0

5.4.3 VI 设计配色技巧——双色搭配

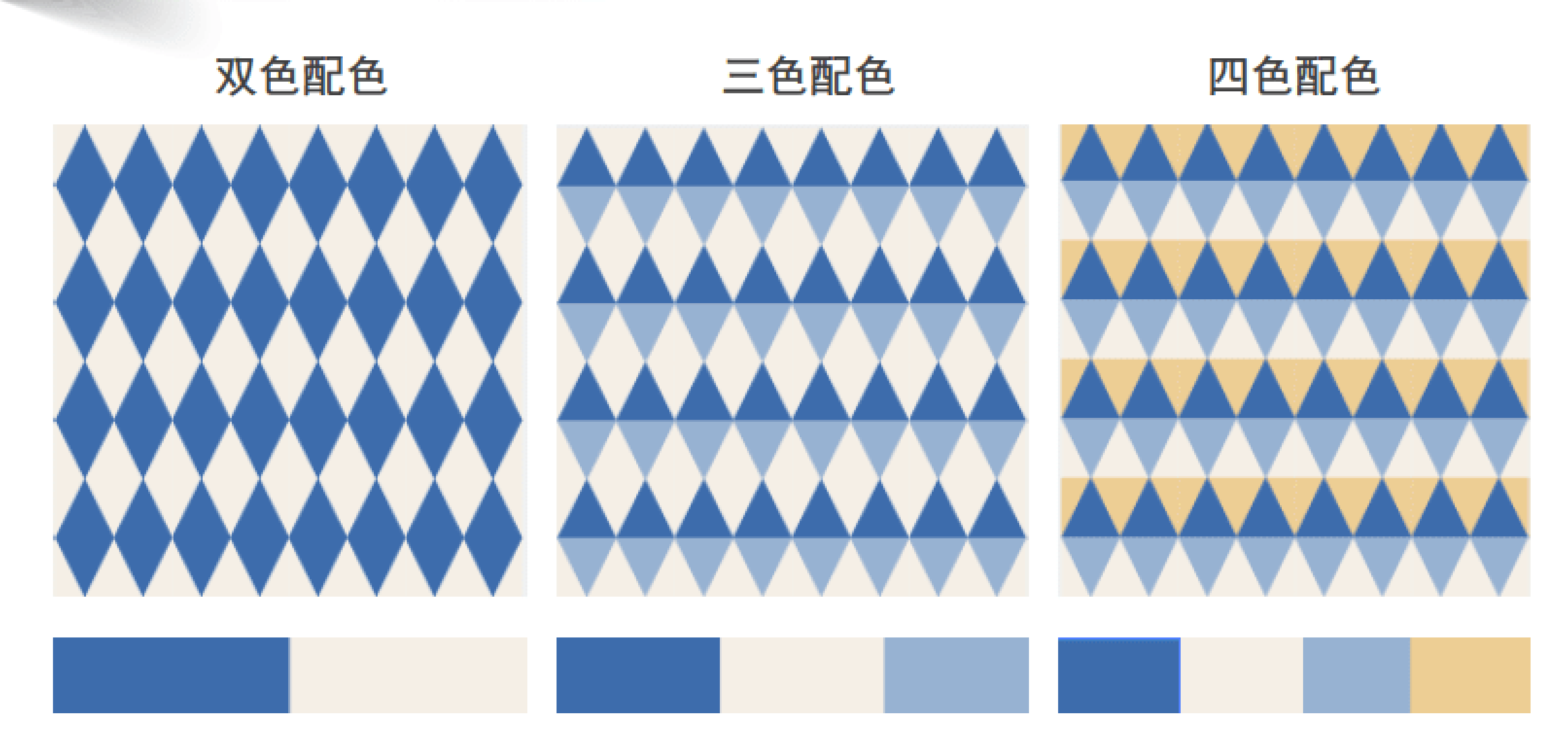
双色搭配在 VI 设计中是非常常用的，两种有彩色搭配在一起会使作品色彩更丰富。同时，黑色、白色、灰色这三种无彩色可以与色彩任意搭配，通常不会影响有彩色的搭配效果。





这是美国马里兰大学校徽，整体画面以红色和金黄色为主色，给人一种醒目且明朗的神圣之感。	这是一款啤酒 VI 设计方案中的标签设计。整体设计采用墨绿色为主色，以金黄色六边形为主体，二者搭配给人以豪爽与活力的视觉感受。

5.4.4 配色方案



5.4.5 VI 设计赏析





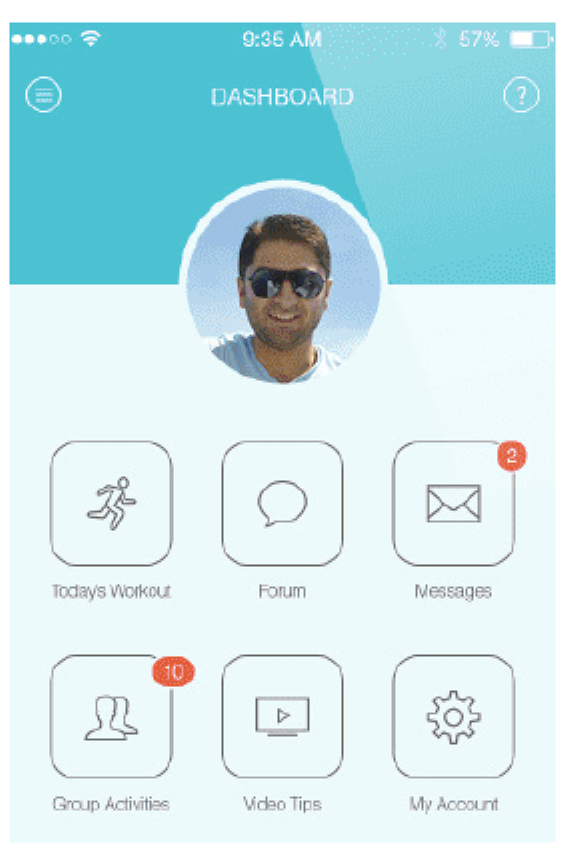
5.5 APP UI 设计中的色彩

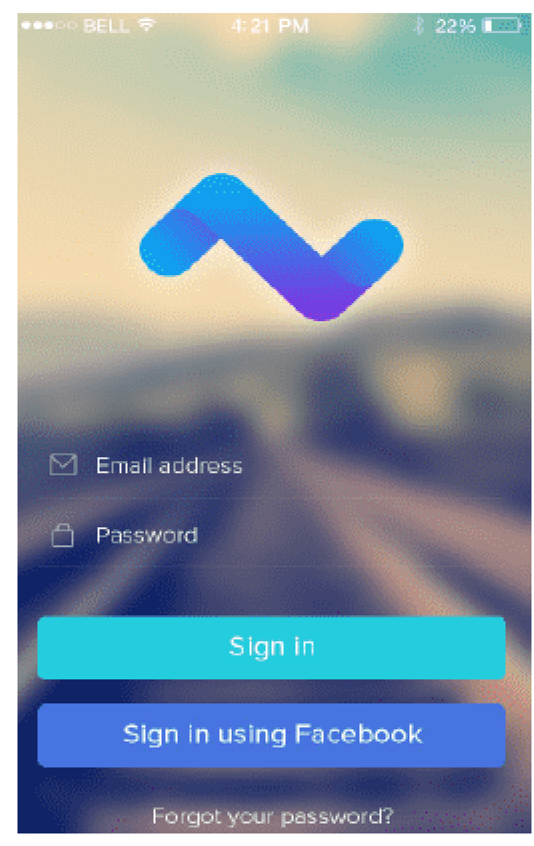
UI 的全拼为 User Interface，直译就是用户与界面，通常理解为界面的外观设计，但实际上还包括用户与界面之间的交互关系。我们可以把 UI 设计定义为软件的人机交互、操作逻辑、界面美观的整体设计。UI 设计主要包括图形设计、交互设计和用户测试。在 UI 的图形设计中，色彩起到了至关重要的作用。

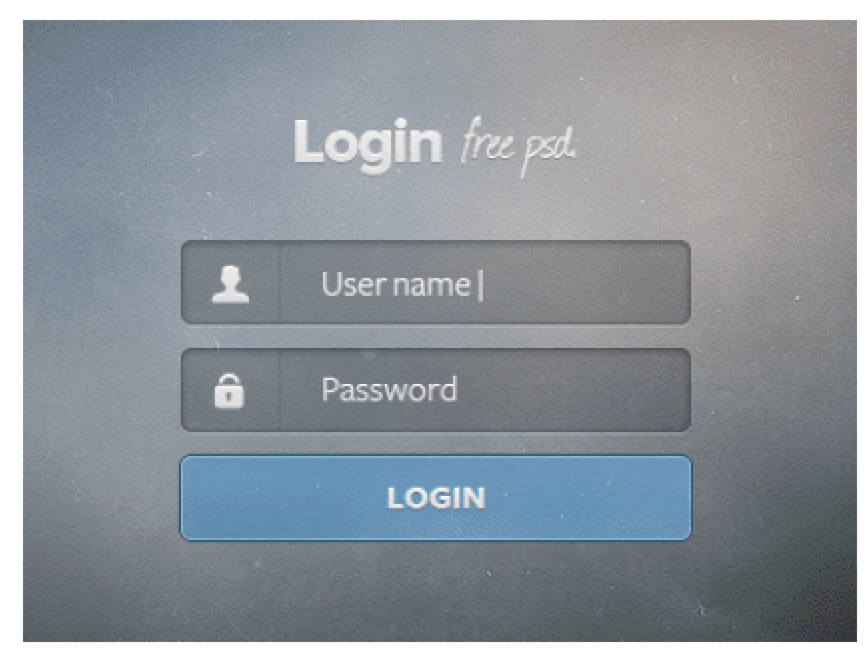
特点：

- 邻近色配色技巧。使用色相环上邻近的几种颜色来搭配设计，协调且不单调。
- 同类色配色技巧。使用同类色配色，给用户一种一致化的感受。
- 点缀色配色技巧。使用较平和的颜色作为主色，点缀小面积高亮的颜色，强调重点。
- 中性色配色技巧。使用中性的色彩为基调搭配。
- 渐变色配色技巧。近年来，APP 设计的趋势非常具有潮流范。



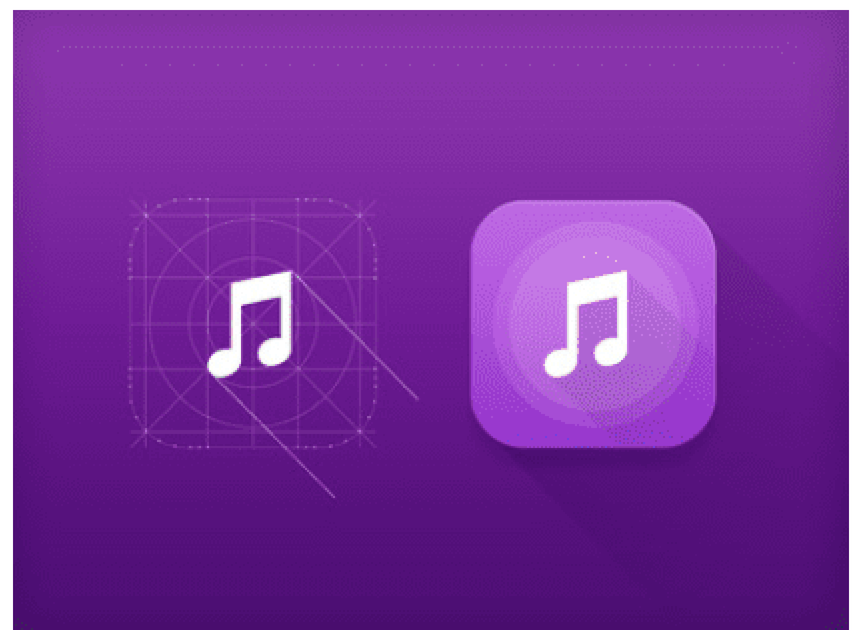






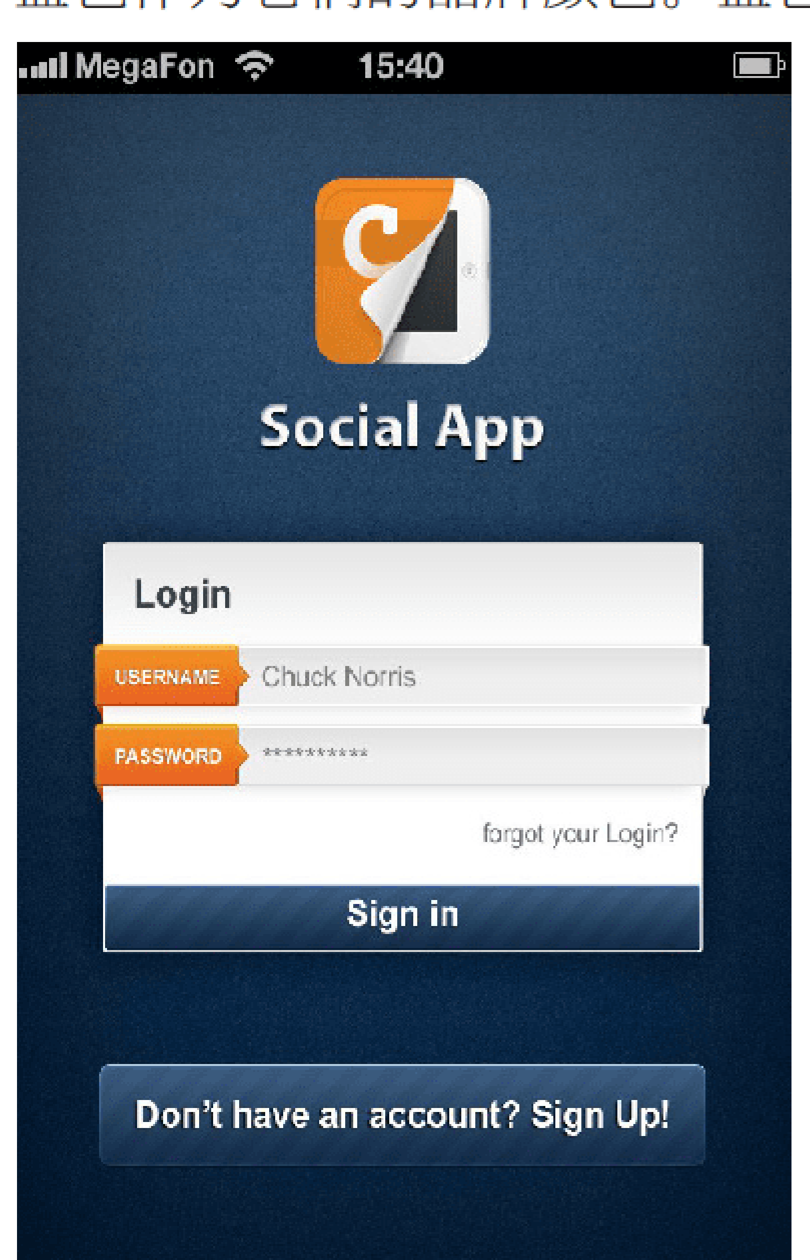






5.5.1 社交软件类登录界面设计中的色彩应用

像 Twitter、Facebook、Linkedin、Skype 等社交软件大都选择了深浅不一的蓝色作为它们的品牌颜色。蓝色具有责任信赖、正直诚实和效率积极的含义，社交媒体公司选择蓝色是因为蓝色代表着沟通。但是这也不是一成不变的，如微信是绿色为主色、微博是橙色为主色，所以色彩没有任何绝对性，不可死记硬背。

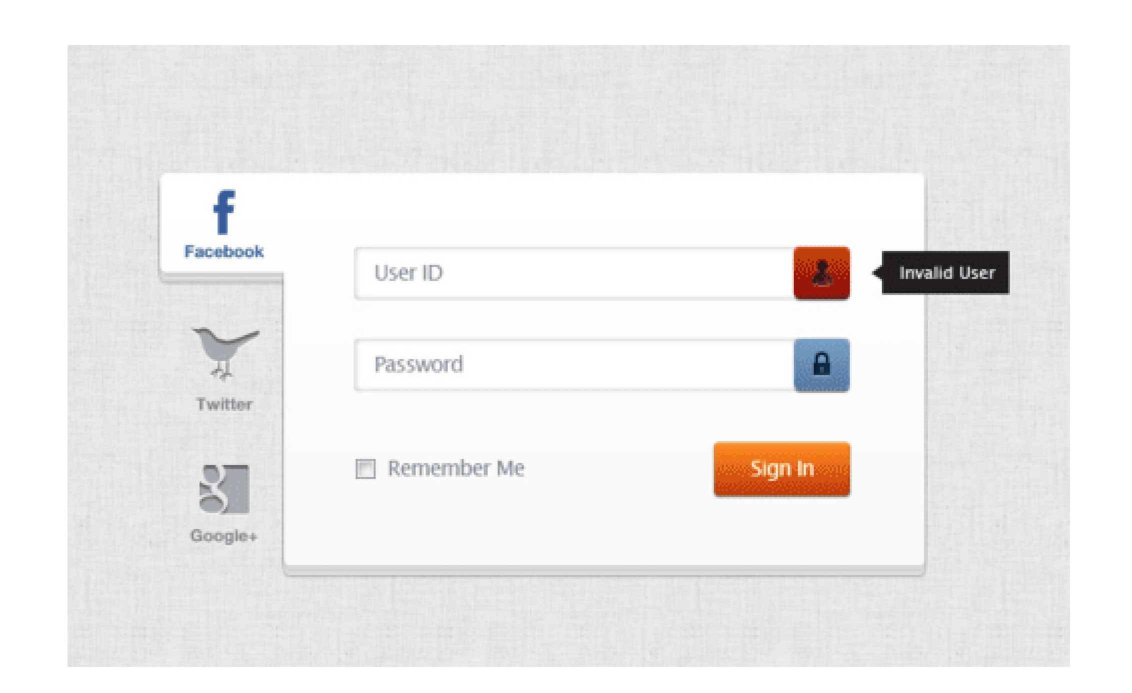


设计理念：这是一个社交软件的登录页面设计。整体画面采用深青色为底色，而置于正上方的翻页式图标设计给整体画面营造一种空间立体感。

色彩点评：作品整体用色明快，以低明度青色做背景，给人以内涵、神秘的视觉感受，同时与对比色的橘色搭配，彰显界面的低调、深邃的效果。

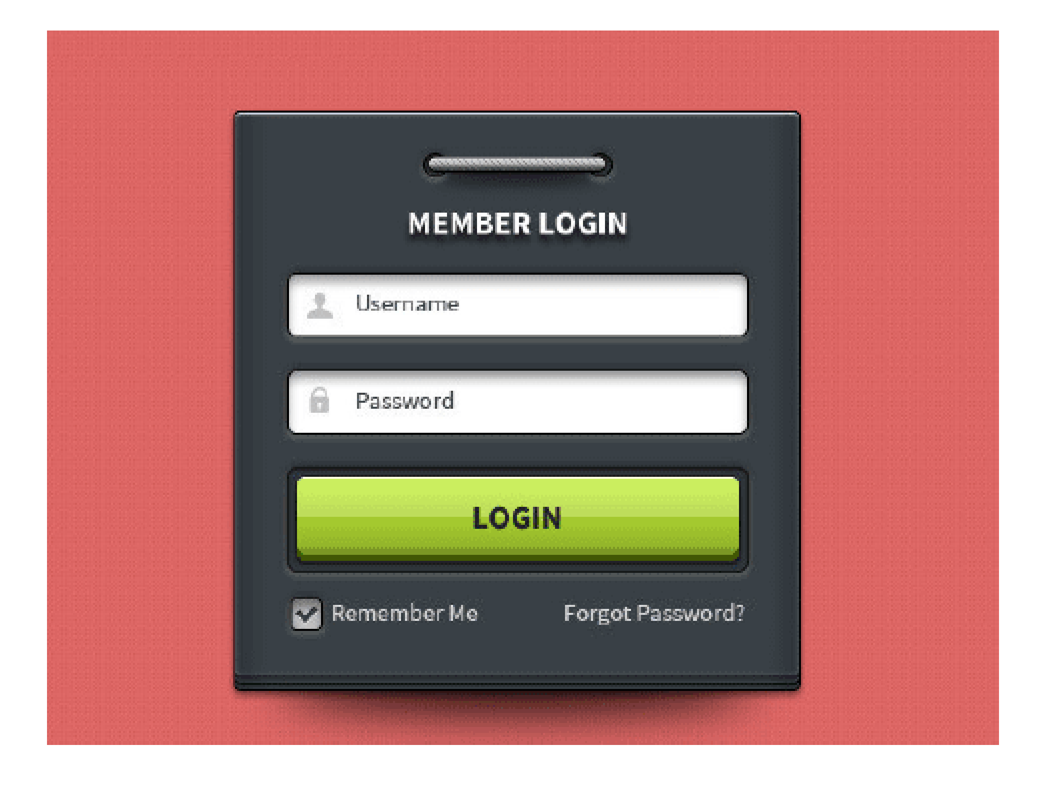
1. 画面构图简洁、清晰。
2. 背景色突出登录框，让软件界面清晰明了。

RGB=40,67,94 CMYK=90,77,51,16
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=246,137,36 CMYK=3,58,86,0
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80



这是一个社交软件的登录界面设计。界面整体规整大方，而画面采用 10% 亮灰为背景色，与带有投影的白色的登录框相结合，具有层次感。整体给人简洁、时尚的视觉效果。

RGB=232,232,232 CMYK=11,8,8,0
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=111,151,187 CMYK=62,36,18,0
RGB=166,169,176 CMYK=40,31,26,0
RGB=239,118,25 CMYK=7,66,91,0



该界面采用山茶红和炭灰色为主色调，制作出具有立体感的登录界面。登录键为绿色调，与山茶花搭配明显而醒目。

RGB=221,103,101 CMYK=16,72,52,0
RGB=57,64,70 CMYK=81,72,64,31
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0
RGB=149,183,44 CMYK=51,16,95,0

5.5.2 娱乐类图标设计的色彩应用

娱乐类 APP 包括音乐、视频、游戏等。娱乐类 APP 图标重点需要突出产品的娱乐属性。娱乐性不仅要注意图标本身的图案设计，而且应该设置合适的色彩搭配设计。



设计理念：这是一个塔罗牌占卜软件的图标设计。图标主体是一双手捧着印有星盘方位的占卜球，使画面具有神秘、魔幻的视觉效果，充满吸引力。

色彩点评：以紫色和黑色做主调，以白色做点缀，使画面更加神秘。

1. 对比色的搭配，给人以强烈的空间感。
2. 占卜球投射出光影效果的设计，使画面呈现魔幻的效果。
3. 设计构图创意十足，整体摆放都处在视觉中心，给人以平衡感。

RGB=132,32,156 CMYK=63,93,0,0
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80
RGB=177,91,31 CMYK=38,74,100,2
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



这是一个视频类的软件图标设计。图标主体采用七色渐变的色调与黑色背景产生强烈的对比，而图标主体的分割效果使得整体画面具有立体感。

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=211,45,10 CMYK=21,93,100,0
RGB=250,186,1 CMYK=5,34,91,0
RGB=67,226,161 CMYK=61,0,53,0
RGB=70,43,156 CMYK=87,92,0,0

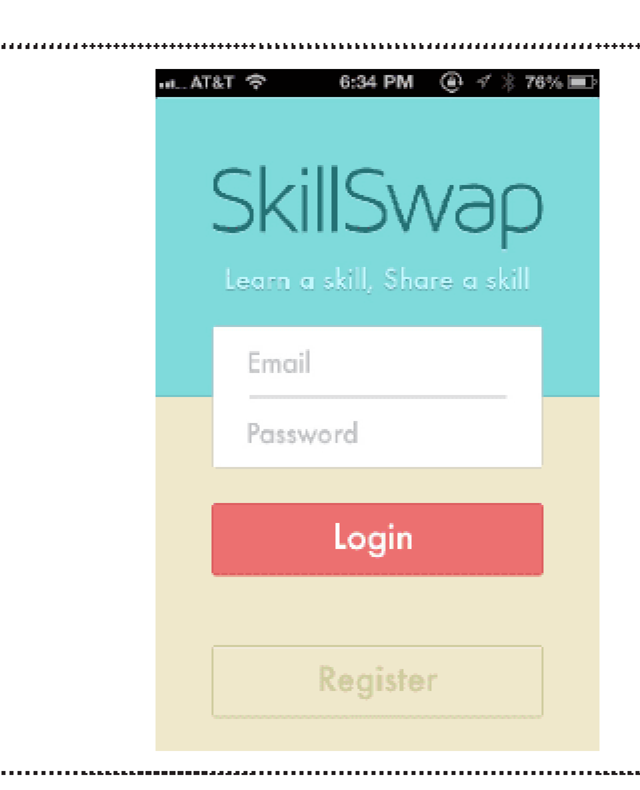


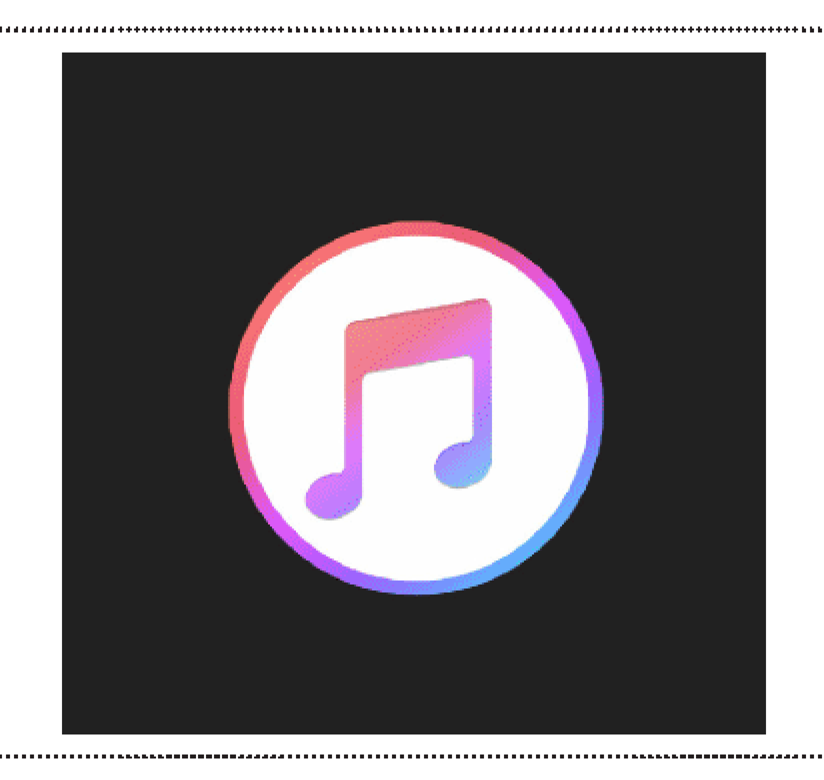
这是一个架子鼓演奏类软件的图标设计，画面直接选用正在敲击的架子鼓作为主图，立体感十足，使人直观地了解该软件的用途。而乐器边缘的光晕效果，使画面充满动感。背景采用天青色为主色，给人以青春、欢乐的视觉感受。

RGB=107,235,254 CMYK=50,0,11,0
RGB=232,191,163 CMYK=12,31,35,0
RGB=218,253,254 CMYK=17,0,6,0
RGB=38,56,122 CMYK=96,90,30,1
RGB=27,29,51 CMYK=92,92,63,49

5.5.3 APP UI 设计中的配色技巧——色彩分割图案

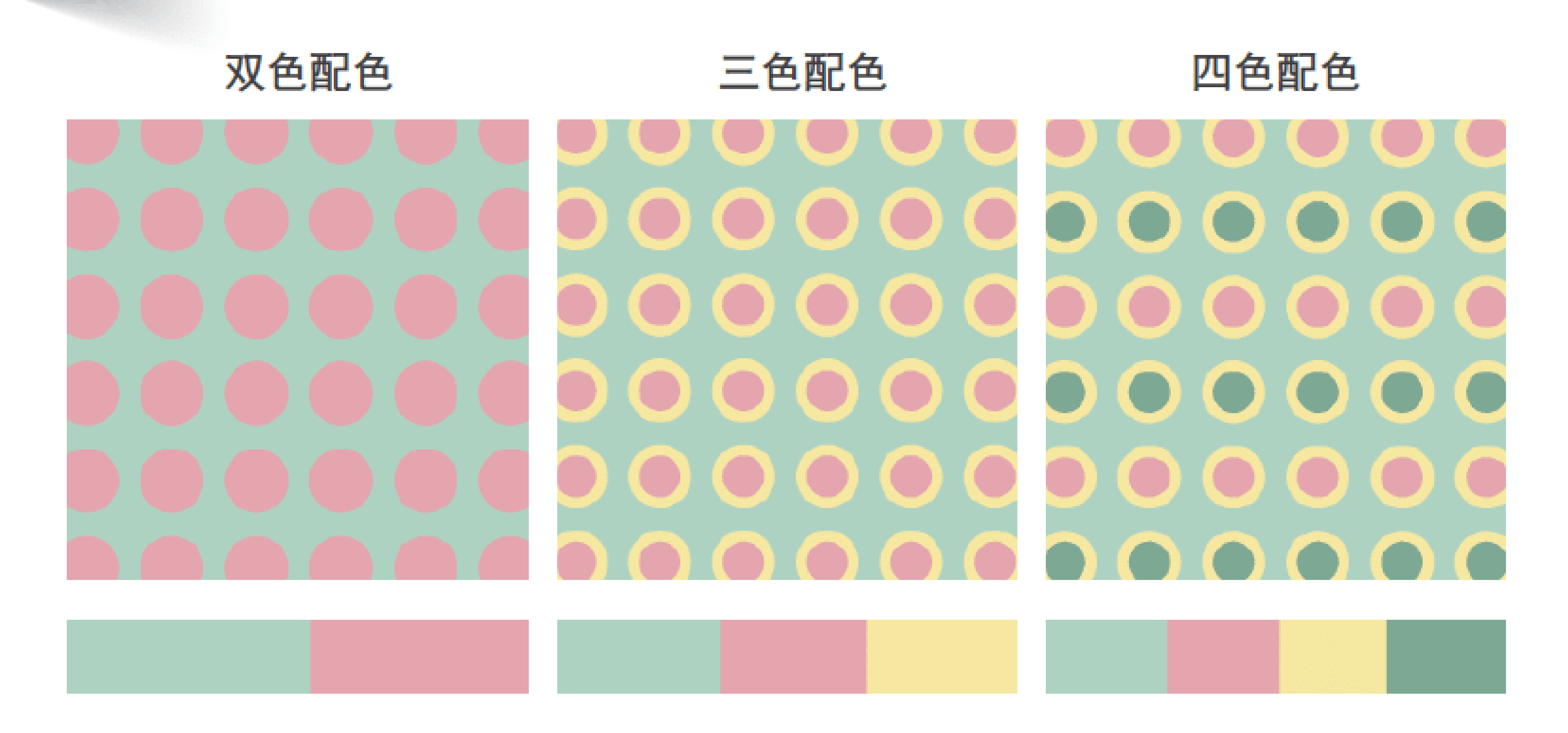
使用色彩的色相或明度的差异性可以分割画面区域。



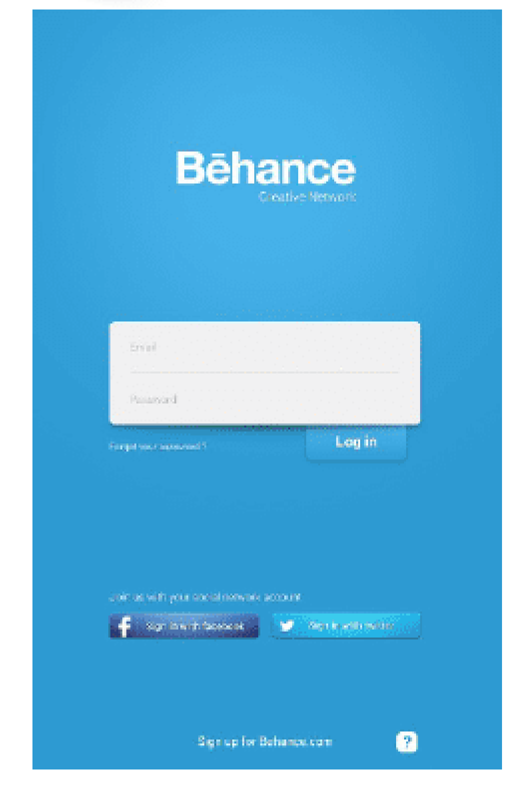


这是一个社交类的软件登录界面设计。画面运用分割式的构图，以青色和米色为主色调，加以淡红色为点缀。整体造型简约大方，给人以心情舒畅的视觉感受。	这是一个娱乐类的图标设计。画面整体采用红蓝色渐变为主色调，使图标充满律动的乐感。而图标主体是一个音符造型，简单直接，让人们直观地了解软件用途。

5.5.4 配色方案



5.5.5 APP UI 设计赏析





5.6 服装设计中的色彩

服装设计围绕人体作为造型基础，讲究服装整体的色彩和谐搭配、比例的黄金分割、考究的构成形式等。服装附着在人体皮肤表面，相当于第二层皮肤，良好的服装设计不能够脱离人力工学的辅助，设计师要做的是用一双巧手为人类塑造更为优美的造型。优秀的服装设计不仅可以遮盖身体上的某些缺点，还可以将优点放大，达到实用性和美观性的和谐统一。当然，色彩也是服装设计的核心元素之一，能够直观地塑造出穿着者的气质。

特点：

- 优秀的服装设计作品具有精神价值和文化特色。
- 服装设计作品拥有灵活的表现和独特的个性。
- 恰当的服装配色能够体现创造力和活力的动感。
- 不同的色彩能够体现服装不同的魅力。









5.6.1 服装设计中的色彩应用

服装设计中的配色有多种表达方式，或含蓄保守，或热情奔放。服装设计中的色彩搭配尤其要注重色彩的全局性，设计者要根据不同颜色表达的含义融入不同风格元素的服装中。



设计理念：这是一款洛丽塔风格的齐地礼服。服装整体充满西方浪漫主义色彩，与旧时宫廷装相似，给人优雅大方的感觉。以粉嫩色为主，采用不同的心形图案做装饰。

色彩点评：服装整体选用大面积粉色为底色，并印满裙身空心和实心的心形，更添一丝公主气息。

1. 在用料上十分注重整体线条和修身的效果。
2. 连身裙主要以下围散式伞裙为主。
3. 搭配自然纯净的妆容，柔和细腻的脸庞更能表现出公主的高贵和美好。

RGB=245,232,230 CMYK=5,12,8,0

RGB=250,178,186 CMYK=1,42,17,0



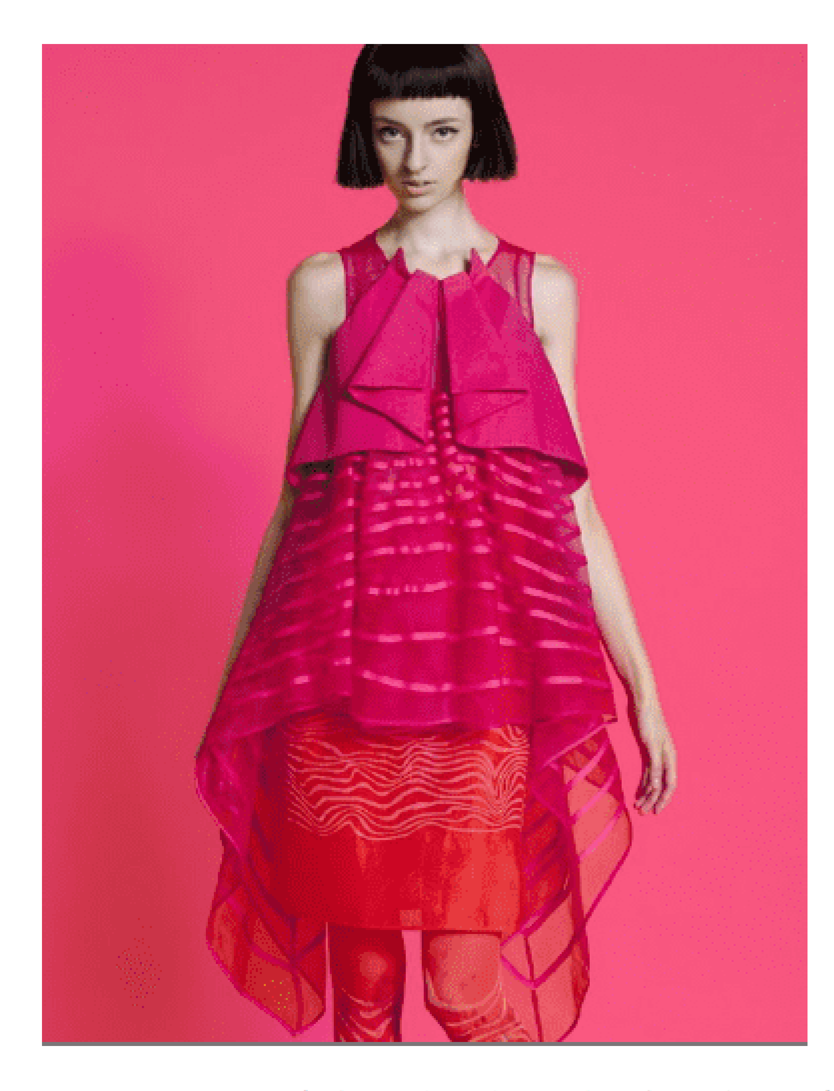
上衣为浅蓝色棉质衬衫外搭草绿色针织毛衣，下身为深蓝色印有橘黄色印花状哈伦裤，整体搭配跳跃但不失沉稳。草绿色与蓝色搭配会更显青春活力。

RGB=129,169,82 CMYK=57,22,81,0

RGB=26,49,113 CMYK=100,94,37,2

RGB=191,222,238 CMYK=30,6,6,0

RGB=243,189,61 CMYK=9,32,80,0



服装采用欧根纱材质使版式更加立体，从上至下的多种面料拼接给人以渐变感，整体颜色搭配跳跃活泼。玫瑰红给人更加时尚前卫的感觉，具有青春活力。

RGB=197,1,77 CMYK=29,100,58,0

RGB=223,35,117 CMYK=16,93,28,0

RGB=189,4,29 CMYK=33,100,100,1

5.6.2 服装配饰设计中的色彩应用

通常除了衣服本身外，其他服饰元素都称为配饰。服装配饰的配色需要充分考虑服装本身的色彩，要记住服装配饰起辅助作用，切勿影响服装整体风格。



设计理念：帽子风格具有浓厚的休闲气息，搭配碎花短裙和金属首饰给人以活力少女的即视感，甜美中略带叛逆。

色彩点评：帽子形状类似于改良版牛仔帽，并绑有蝴蝶结，给人以豪放不羁的叛逆感，将蝴蝶结元素融入帽子又多添了一份柔美。

1 合理的帽饰搭配也是气场塑造里不可或缺的一份。

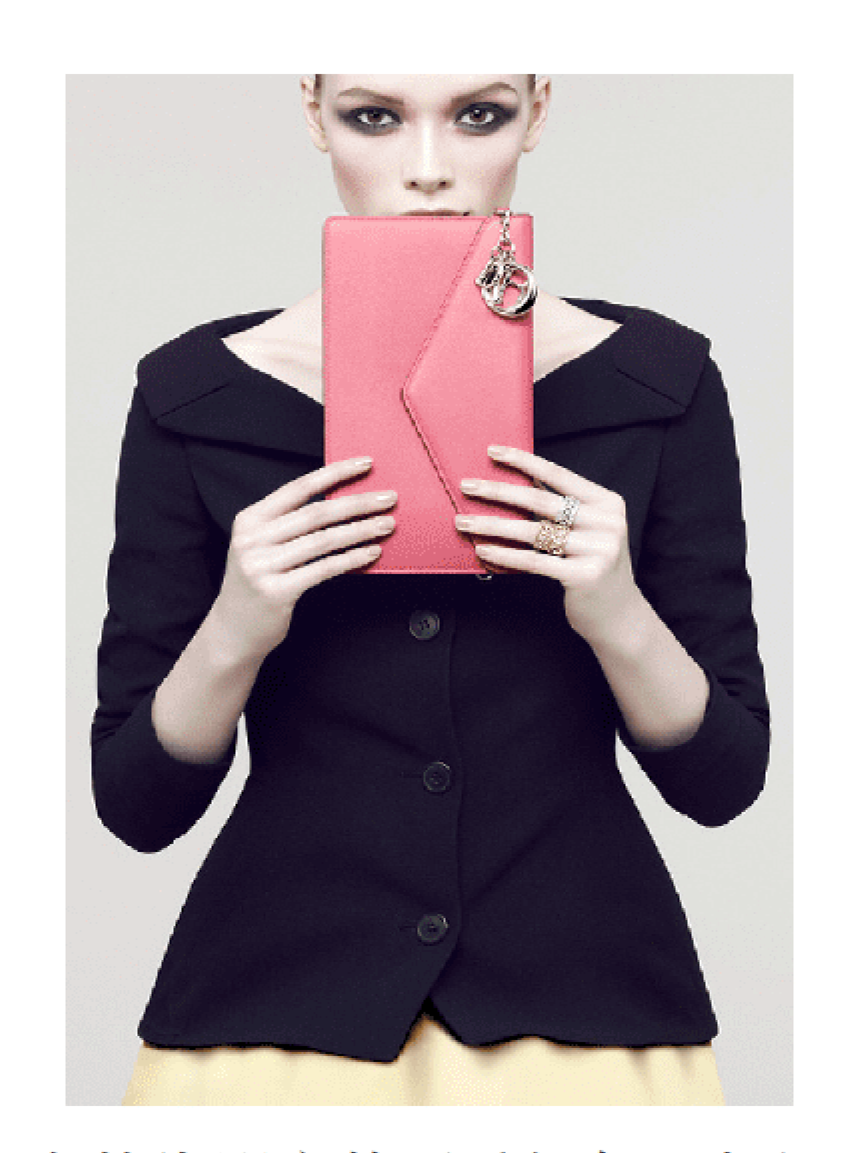
2 帽子在古老西方文化中有正式和地位的象征，沿用到现代，帽子也是正式场合的一种尊重表达。

RGB=185.134.107 CMYK=34.53.57.0
RGB=196.196.196 CMYK=27.21.20.0
RGB=127.67.69 CMYK=54.81.68.17
RGB=157.194.195 CMYK=44.15.24.0



图中帽饰为驼色带有蝴蝶结装饰的毛毡小礼帽，具有十足的优雅名媛感，帽子上的蝴蝶结与头饰上的蝴蝶结交相呼应，整体颜色搭配优美亮眼。

RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80
RGB=240,216,180 CMYK=8,18,32,0
RGB=238,80,71 CMYK=6,82,67,0



包饰为明亮的西瓜红色，中和了黑色带给人的庄重感和压抑感，与鹅黄色裙子交相呼应，展现了充满名媛风的俏皮感。

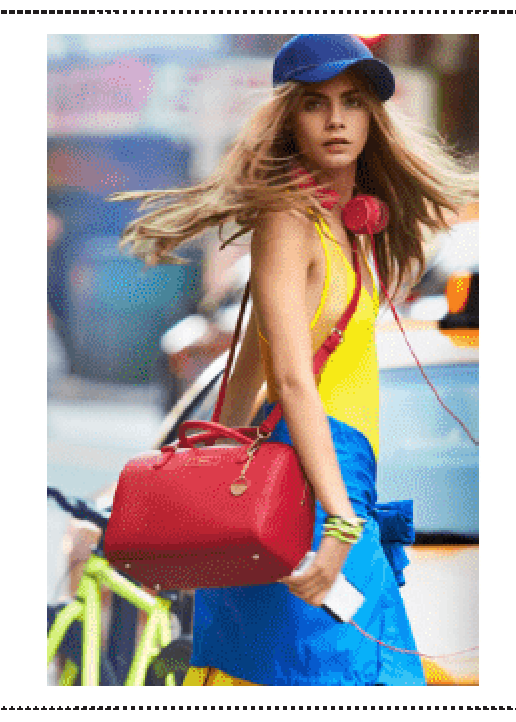
RGB=32,29,48 CMYK=89,90,65,51
RGB=238,127,146 CMYK=7,64,27,0
RGB=213,241,202 CMYK=4,6,27,0

5.6.3 服装设计中的配色技巧——注重整体服饰的色调搭配

服装设计应注重整体的色调搭配和用色的比例。和谐的色调搭配，能给人舒适感，同时可以让人们很好地对服装乃至穿着者的气质进行定位。



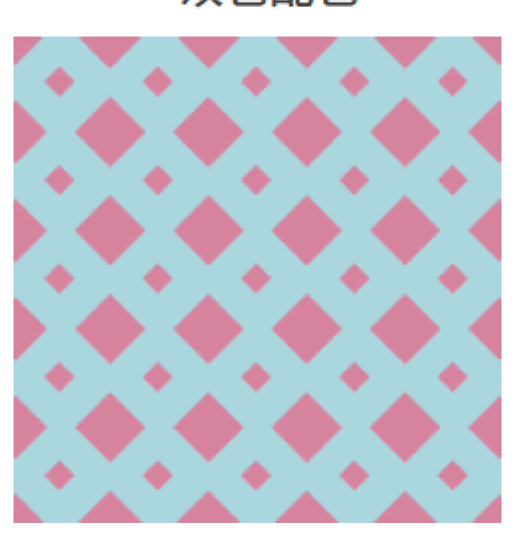
内搭为米色连衣裙，外搭为黄绿色不规则马甲，腰间系一条卡其色腰带，整体造型配色显得朝气、青春。镶嵌铆钉的棕色手包和马丁靴更是减龄利器，给人一种生机、朝气的视觉感。



服装以香蕉黄色莫奈尔材质连衣裙为主体，腰间的蓝色外套和连衣裙形成了鲜明的对比。深蓝色棒球帽与红色耳机和皮包点缀其中增添动感。

5.6.4 配色方案

双色配色



三色配色



四色配色



5.6.5 服装设计赏析







5.7 网页设计中的色彩

网络世界与现实世界一样五光十色、绚丽缤纷，访客对网页的第一印象往往来自色彩。对于网页颜色的选择，通常源自于设计者对行业的认知和对生活经验的总结。不同行业有着不同行业的选择标准，它是有规律可循的。

特点：

◆ 色彩的代表性：在网页中通常有一种或一类颜色可以去传递网页的主旨和精神，这样才能让网页的主题突出。例如，用蓝色通常可以体现科技型网站的专业，而用粉红色则可以体现女性的柔情等。

◆ 色彩的独特性：虽然不同行业的色彩选择是有规律可循的，但打破常规的颜色往往会形成一种独特的风格，使访客眼前一亮，从而留下深刻的印象。

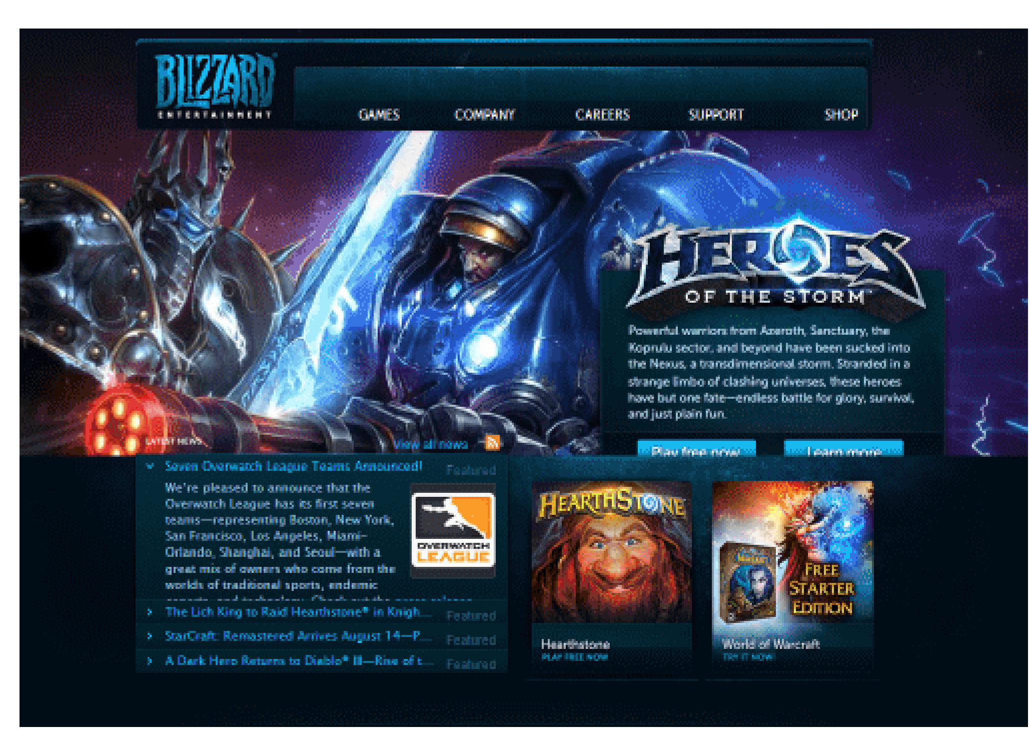
◆ 色彩的艺术性：网页设计也是一项艺术创作，在考虑网页自身特点的同时进行大胆的艺术化创新，这样才能设计出一个既符合主题，又充满艺术品位的网页。

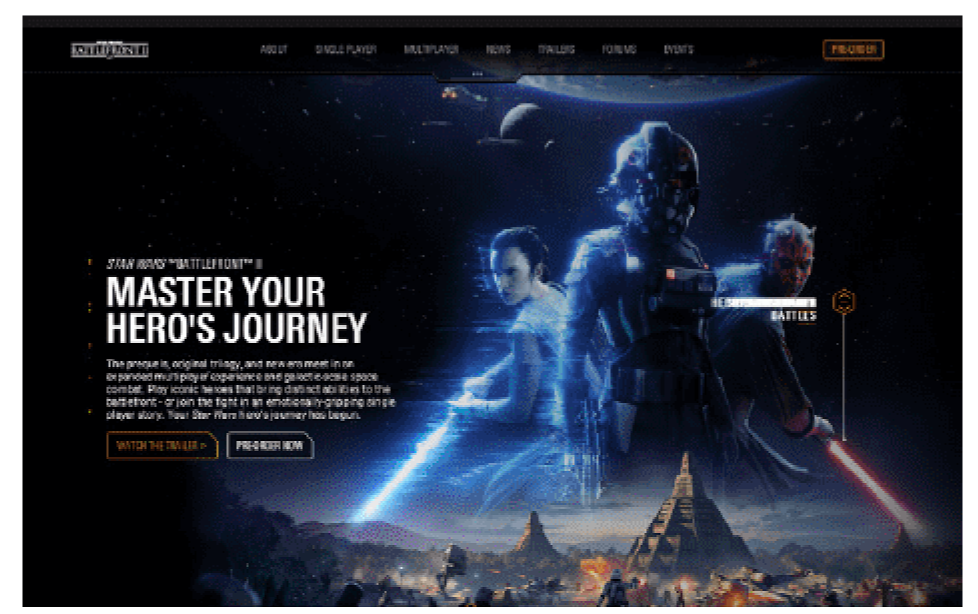
◆ 色彩的鲜明性：一个具有鲜明色彩的网页设计才能引起访客的注意，给人耳目一新的视觉感受。









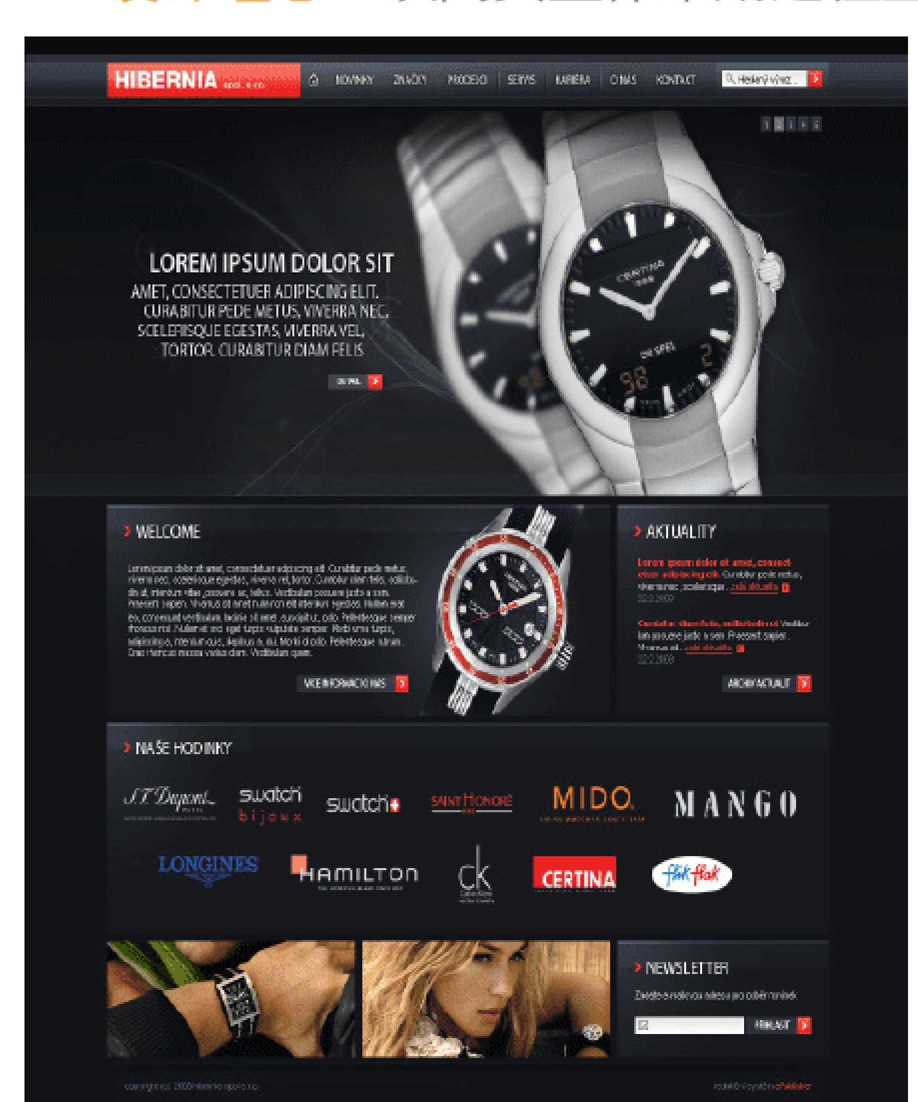




5.7.1 购物类网页设计中的色彩应用

网页整体配色和布局不仅要有美观性还要有引导性，这样才能吸引大量的购买者。购物类网页的主要目的就是引导消费。它要遵循的是网页设计的配色原则，通过建立良好的交互式体验去把握消费者心理，让访客在网上购物时能够有便捷、舒适的购物体验。

设计理念：该网页整体采用通栏型布局方式，这种方式采用由上至下横向排列，整体结构清晰。而背景色运用蓝黑色调，整体画面给人一种高端、冷静、理智的视觉感受。网页的背景和导航栏为两种不同明度的蓝黑色，这种设计可以增强网页的层次感。



1. 红色标志格外突出，使得整体画面不再沉闷。

2. 产品以稍高的明度展示，更容易吸引消费者注意。

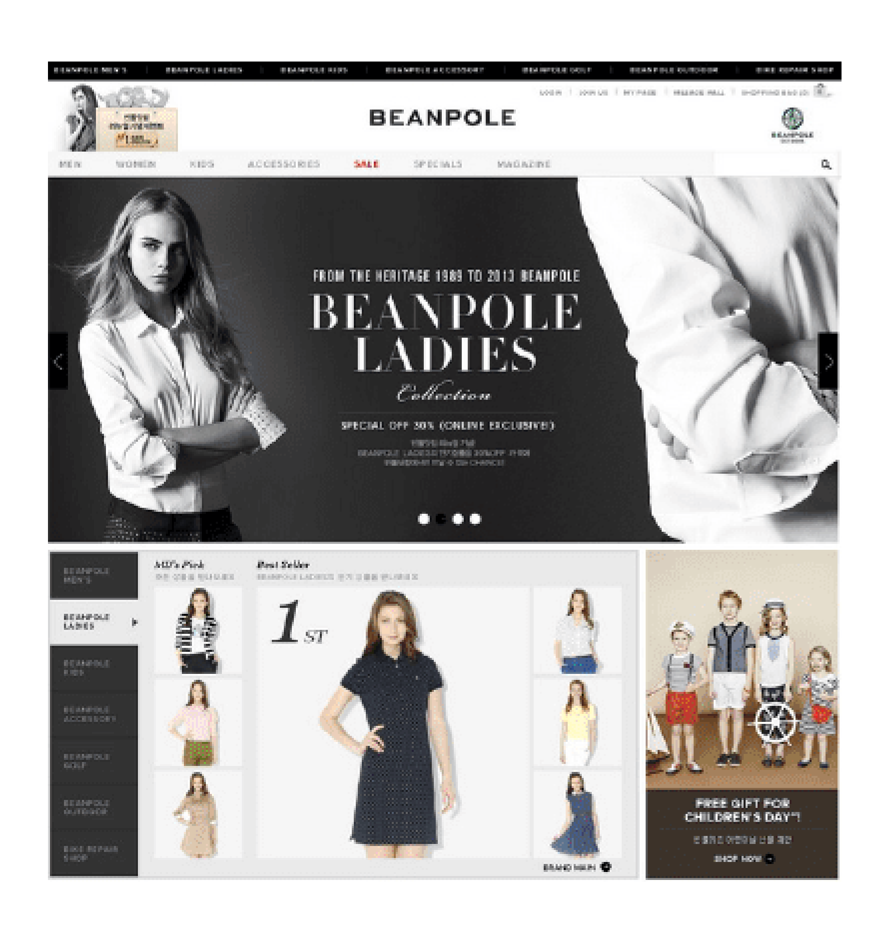
3. 简约的排版让整个画面显得时尚、雅致，增加了画面的感染力。

RGB=12,16,19 CMYK=90,84,81,71

RGB=54,61,69 CMYK=82,73,64,33

RGB=242,61,52 CMYK=3,88,77,0

RGB=236,236,238 CMYK=9,7,6,0

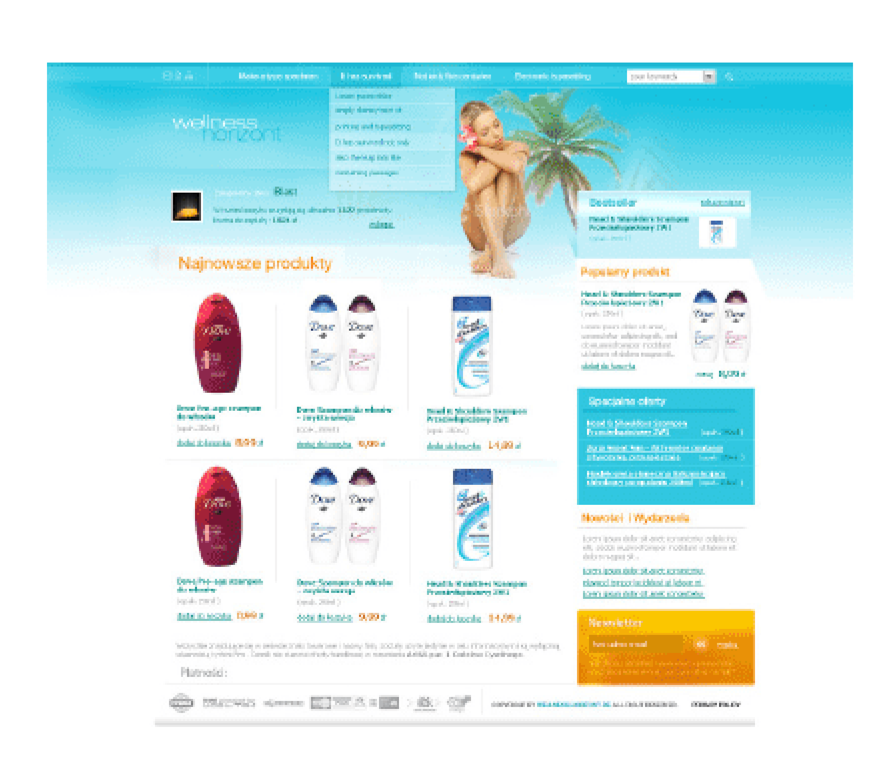


黑色、白色和灰色为经典的配色之一，它利用颜色的明暗对称让画面产生一种不可抗拒的视觉冲击力。在简单的配色下，彩色的服装变得格外显眼。

RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=46,46,46 CMYK=80,75,73,49



该网页采用淡青色作为主色调，给人一种清爽、冰凉的感觉。易引起访客的注意，达到网页的设计目的，同时促进商品销售。

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=49,199,224 CMYK=67,0,18,0

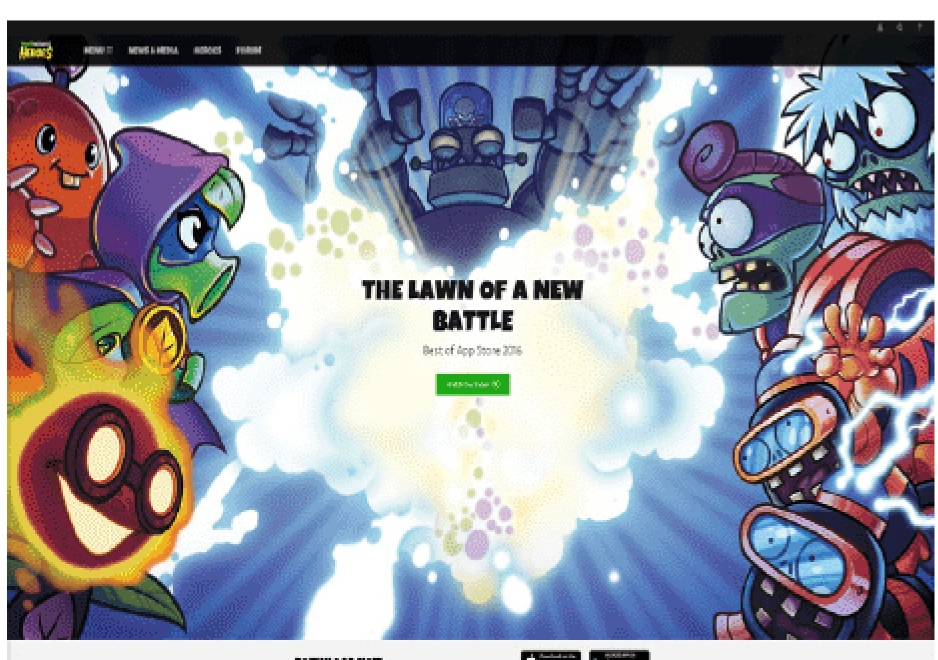
RGB=246,56,94 CMYK=1,88,48,0

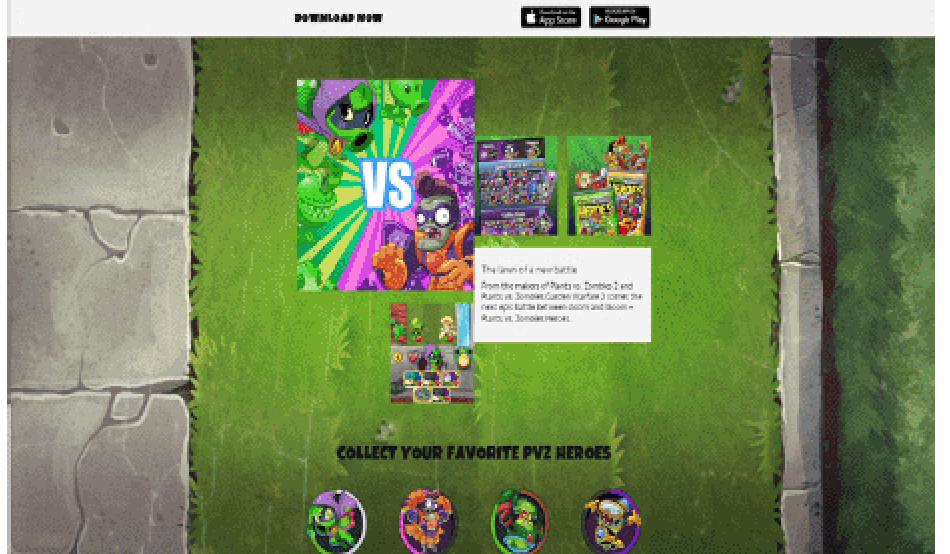
RGB=251,197,0 CMYK=6,28,90,0

RGB=64,103,172 CMYK=80,61,11,0

5.7.2 游戏类网页设计中的色彩应用

以游戏为主题的网页设计通常界面精美、专业性强，完美的色彩搭配可以让访客在第一时间就能享受到视觉感官刺激，从而让游戏类网页有效地提升网站的点击浏览量，树立良好的口碑和用户黏着性。





设计理念：这是一个游戏专题的网页设计，网页两侧的游戏角色都是面向中央位置，而且表情丰富，形象趣味性十足。

色彩点评：画面中以蓝色为主色调，给人一种神秘、轻松的视觉感受。

1 整个版面大量采用卡通插画元素，创意感十足，与游戏主题相呼应。

2 背景色明度的变化，加上光影效果，给人以空间感。

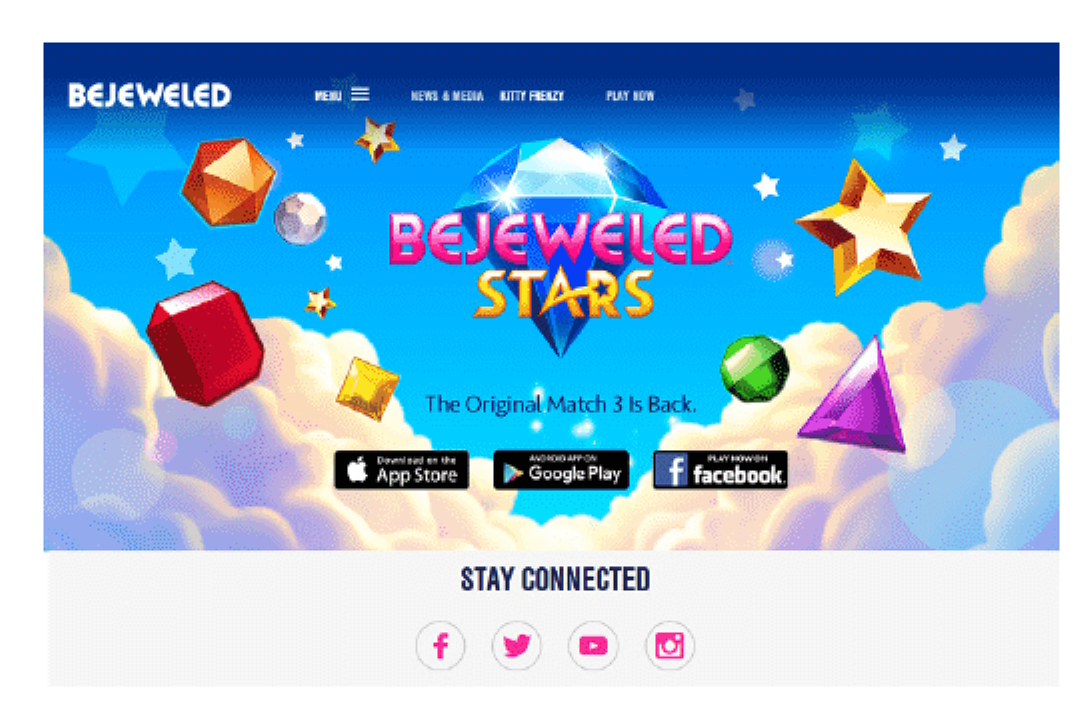
3 规整的标题文字，条理清晰，具有引导视觉的作用。

RGB=78,92,165 CMYK=78,68,10,0

RGB=67,158,85 CMYK=74,21,83,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=208,83,88 CMYK=23,80,58,0



网页采用对比色的配色方式，以不同明度的天蓝色为背景色，搭配不同颜色的形状图形，色调之间形成了鲜明的对比，给人一种开阔的视野效果。文字居中排列，与整体画面相映成趣。

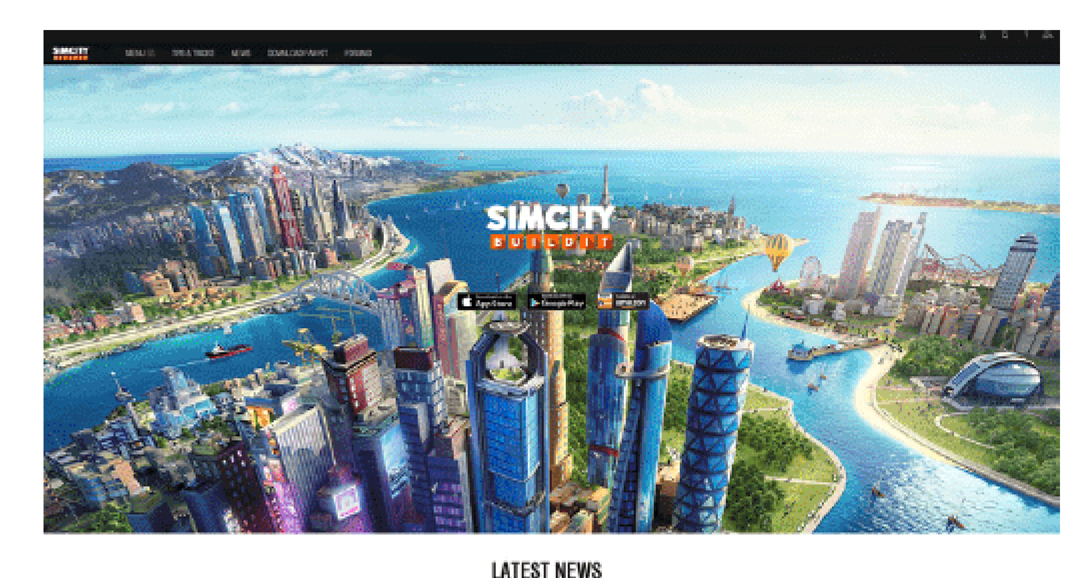
RGB=0,183,255 CMYK=69,13,0,0

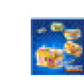
RGB=0,47,137 CMYK=100,92,24,0

RGB=255,17,136 CMYK=0,92,10,0

RGB=240,178,30 CMYK=10,37,88,0

RGB=188,5,39 CMYK=33,100,94,1







该网页为城市养老类游戏网页设计。整体色调采用湖蓝色为主色调，将高楼大厦建在海边，给人一种开阔、自然的视觉感。

RGB=20,90,142 CMYK=91,67,29 ,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

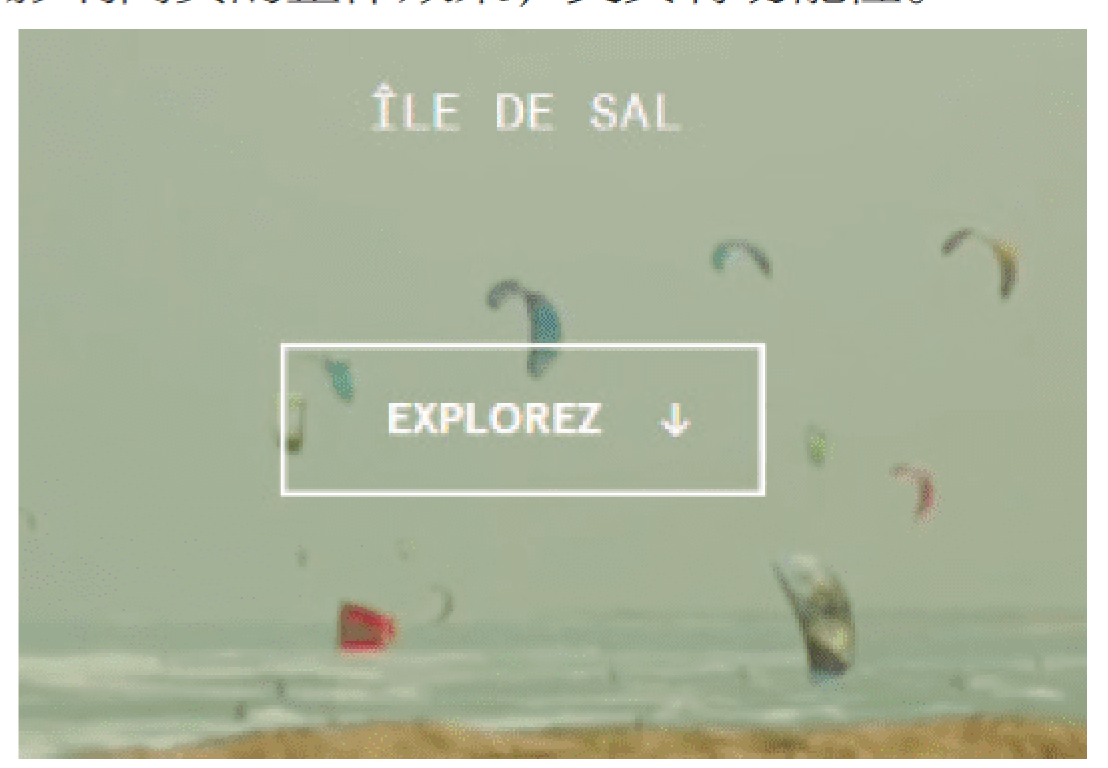
RGB=64,104,48 CMYK=79,50,100,54

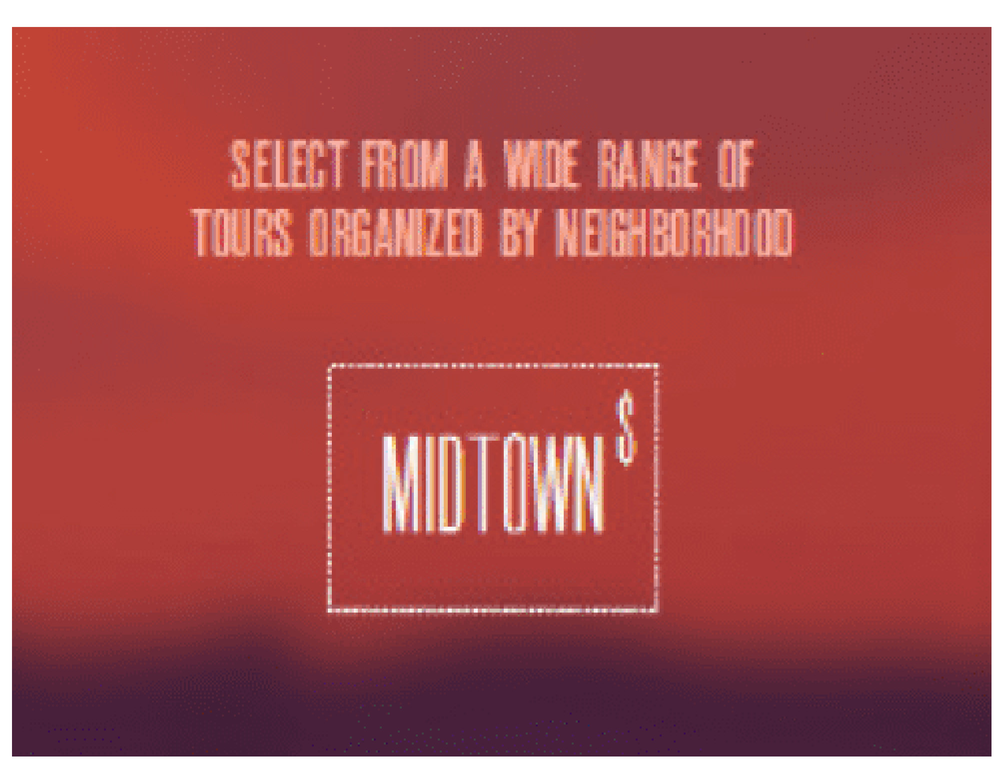
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80

RGB=253,98,12 CMYK=0,75,91,0

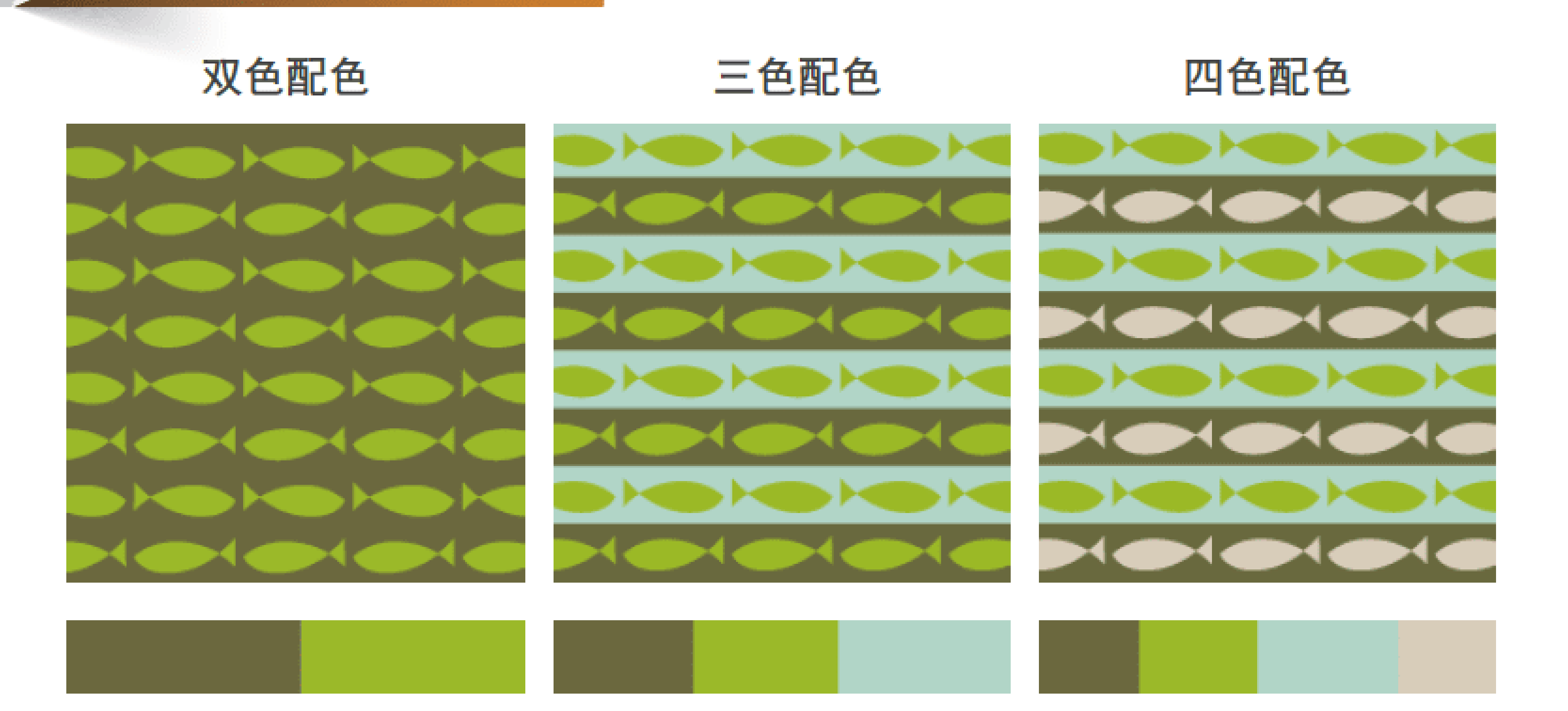
5.7.3 网页设计的流行趋势——“幽灵”按钮

“幽灵”按钮是一种透明的按钮，它的特点是“薄”而“透”，形成一种“纤薄”的视觉美感。这类按钮不设底色不加纹理，按钮仅有一层薄薄的线框标明边界，确保了它作为按钮的功能性。这类按钮通常应用在简约或极简风格的网页设计中，它既不影响网页的整体效果，又具有功能性。

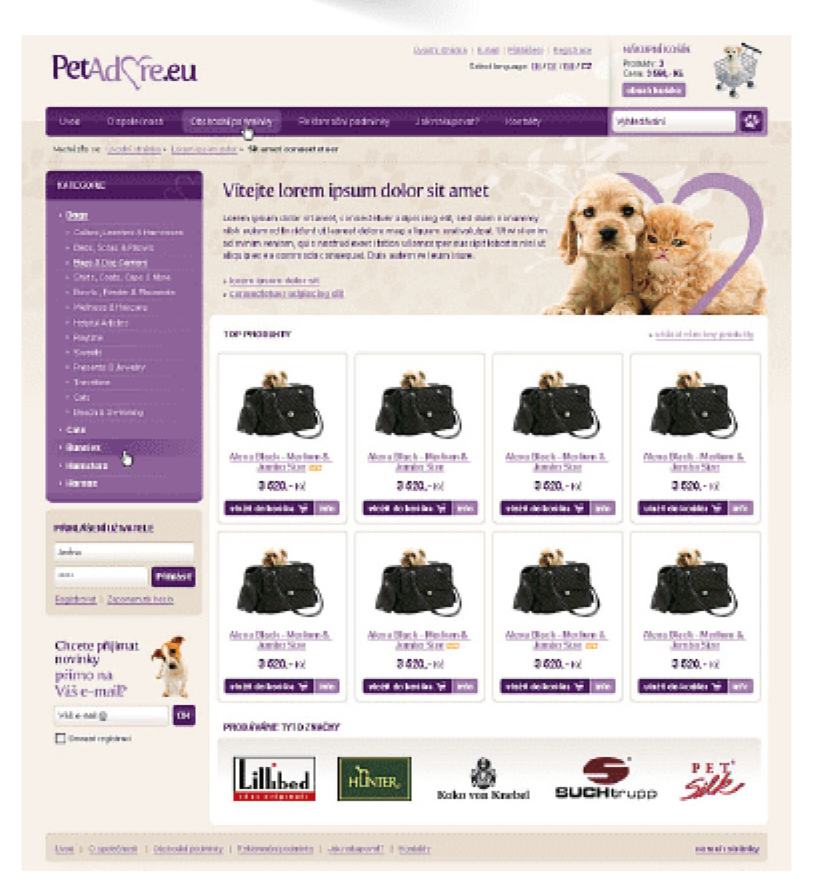


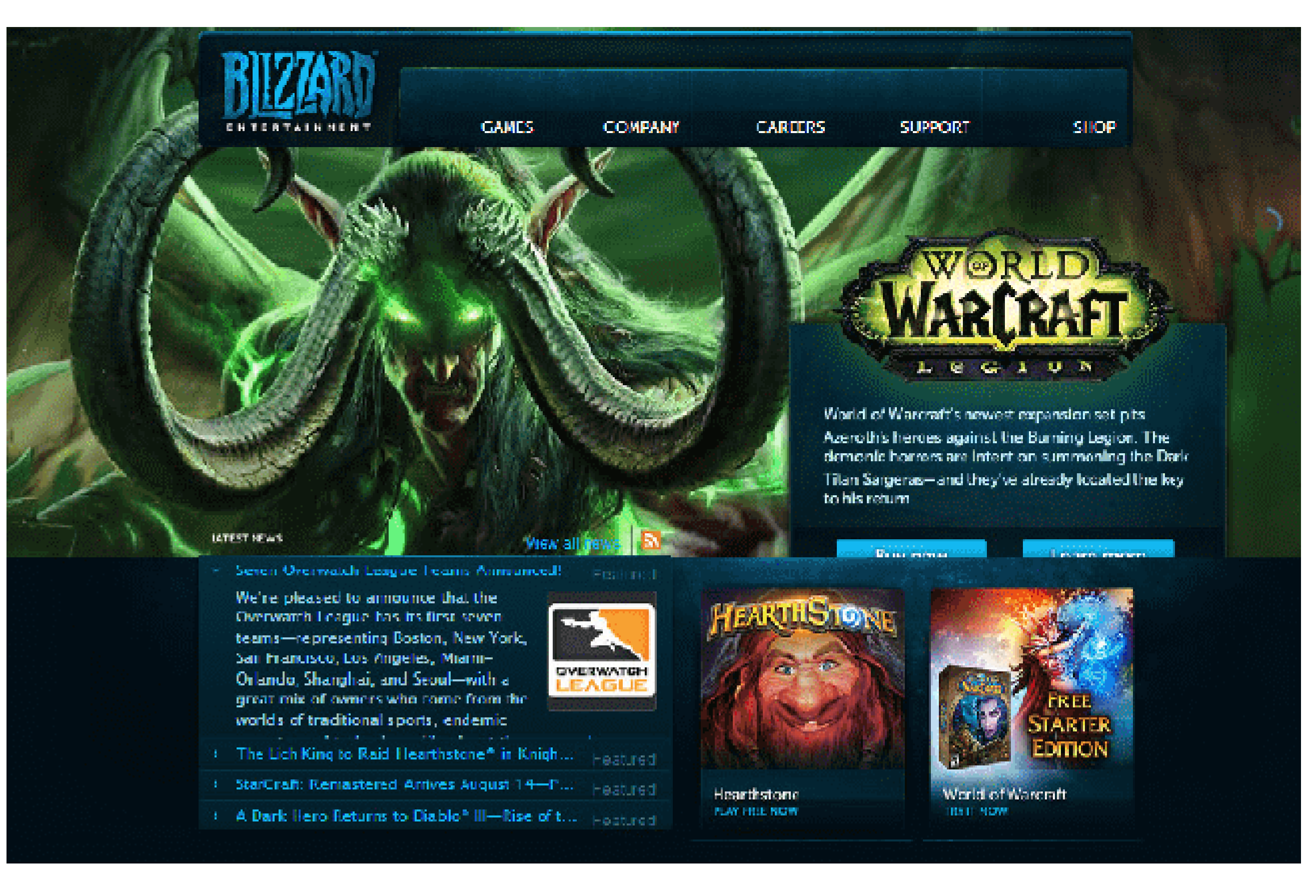


5.7.4 配色方案



5.7.5 网页设计赏析





5.8 书籍设计中的色彩

书籍设计是指从制作书籍的最初手稿到后期排版及最终印刷装订的整个过程，是完成从书籍形式的平面化到立体化的过程。书籍设计的目的是传递信息，通过对书籍的色彩和编排设计，能够使内容呈现出秩序和美感，不同的色彩搭配会给人视觉上不同的效果，且对人们的阅读兴趣起到关键性作用，从而提高用户的阅读体验。书籍设计的应用范围非常广泛，涉及杂志、书籍装帧等领域。

特点：

- 书籍设计要求个性突出，特点鲜明。
- 书籍封面通常简明易懂，层次分明。
- 在书籍设计中色彩起到识别作用，可以表达感情、增加美感。
- 内页设计中，内容与文字相结合可以充分利用视觉符号传达目标信息。

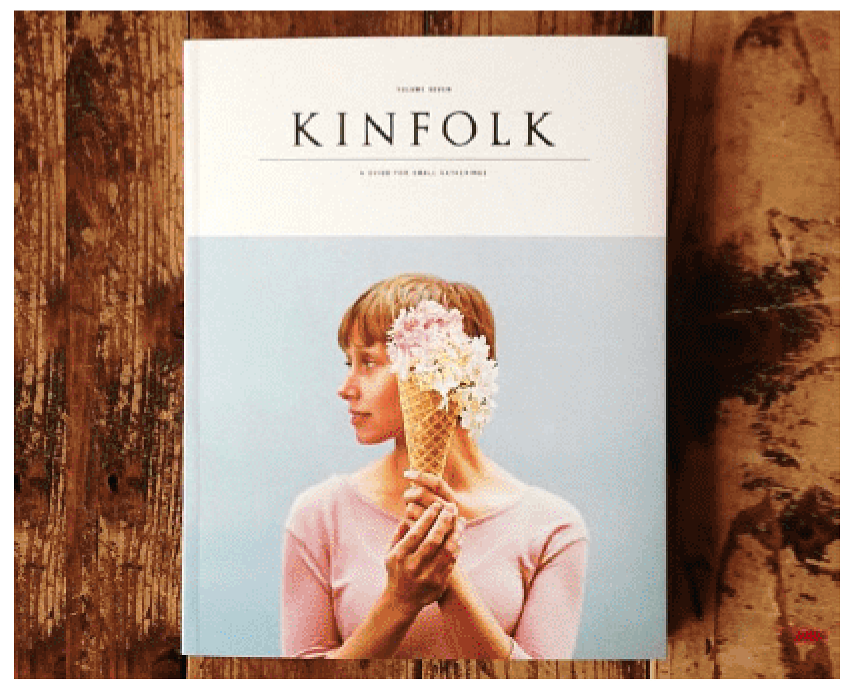














5.8.1 杂志设计中的色彩应用

杂志设计包括杂志封面和杂志内页的设计。杂志根据其主题的不同，设计选择的风格也不同，如时尚杂志常以人像作为封面主角，并配以大量文字以展示杂志内容；旅游杂志则常以旅游目的地作为满版的封面。不同的杂志色彩选取也不同，如女性杂志多采用红色、粉色、紫色等；旅游杂志多采用绿色、蓝色、青色等。



设计理念：这是关于时尚主题的杂志版面，以人物作为封面的视觉中心使整个版面条理清晰、内容充实。

色彩点评：作品以粉色作为主调，配搭黑色文字，整体画面和谐，给人一种沉稳、精致的视觉感受。

1 人物设置在文字中间位置，增强了空间感。

2 背景采用粉色，让画面空间感更强，整体画面展现柔美、新潮且少女气息十足。

3 标题文字简洁醒目、大气。

RGB=243,213,215 CMYK=5,22,11,0

RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



这是一个关于美食的杂志内页。以深灰色为背景色，多彩的食物位于白色的餐具中，从画面中凸显出来。左右两个页面以明度差异较大的对比方式增强了画面层次感。

RGB=70,66,63 CMYK=74,70,69,33

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=234,124,79 CMYK=9,64,68,0

RGB=145,178,48 CMYK=52,19,94,0

RGB=247,110,8 CMYK=2,70,93,0



这是时装主体的杂志内页。作品选取白色为底色，文字与图片穿插摆放，且画面规整干净，字体工整，具有阅读性，符合杂志的要求。

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80

RGB=124,130,142 CMYK=59,47,38,0

RGB=69,111,172 CMYK=78,56,14,0

5.8.2 书籍装帧设计中的色彩应用

书籍装帧涉及的范围包括纸张、封面、材料、开本、插图、字体、字号、版式、装订方法及印刷和制作方法等步骤。而书籍装帧中的色彩设计是设定书籍的视觉感受、风格定位的首选要素。



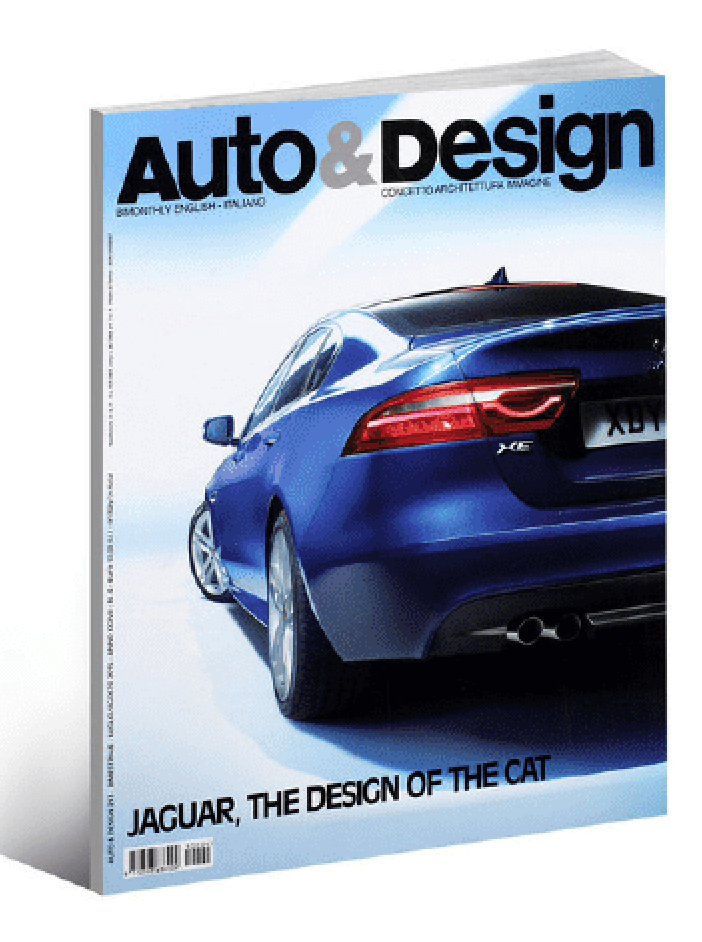
设计理念：这是一本美食主题的书籍，书籍封面中心以炸鸡腿作为核心，将人们的视觉引导到画面中间，产生强烈的食欲感。之后视线会逐渐向外扩散到白色文字、黑色文字、红色文字等，这是视觉引导的流程，是设计师特意设置的视觉引导版式。

色彩点评：作品采用对比色的配色方案，蓝色与橘色和洋红色形成鲜明的对比效果。

1 蓝色颜色干净、纯粹，它与食物的颜色形成对比，使得画面的气氛非常活泼。

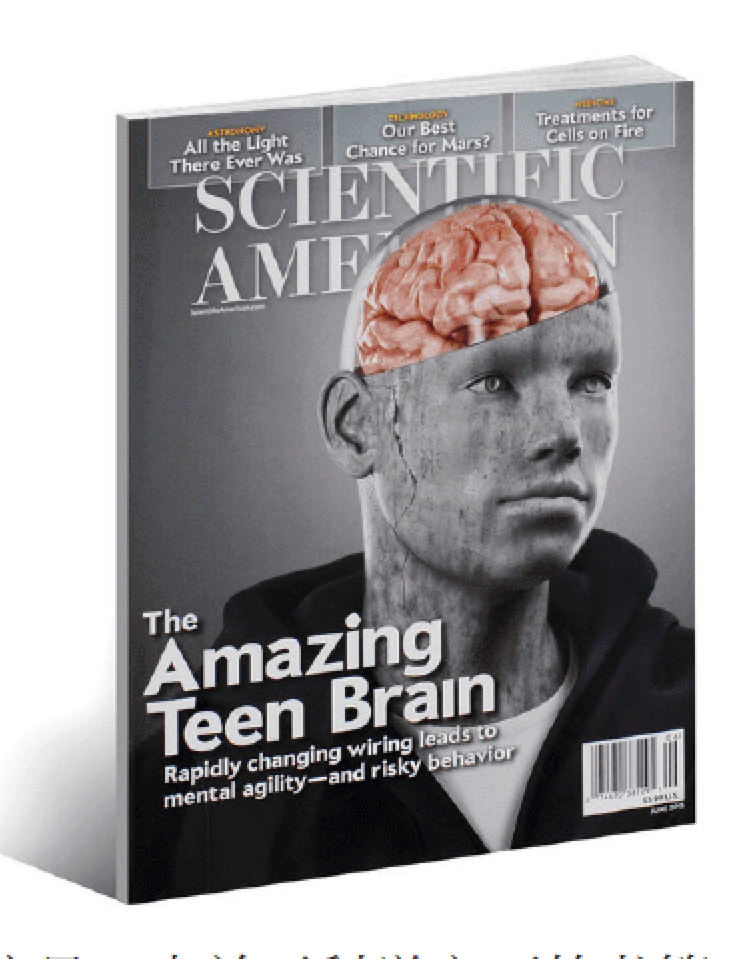
2 在关于饮食的书籍或广告中，运用鲜明的对比色彩通常能够引起观者的食欲。

- RGB=154,223,252 CMYK=42,0,3,0
- RGB=207,122,58 CMYK=24,62,82,0
- RGB=253,33,129 CMYK=0,91,18,0
- RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



这是一本以汽车作为主图的书籍封面。书籍封面采用靛蓝色为主色，深色的汽车与淡青色背景相呼应，整体画面空间感与科技感十足。

- RGB=41,59,145 CMYK=93,87,13,0
- RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80
- RGB=189,223,248 CMYK=30,6,1,0
- RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
- RGB=159,26,29 CMYK=43,100,100,11



这是一本关于科学方面的书籍。书籍封面运用灰色为主基调，人物大脑部分采用清晰的脑部结构图，使得整体画面给人一种神秘、未知的视觉感。

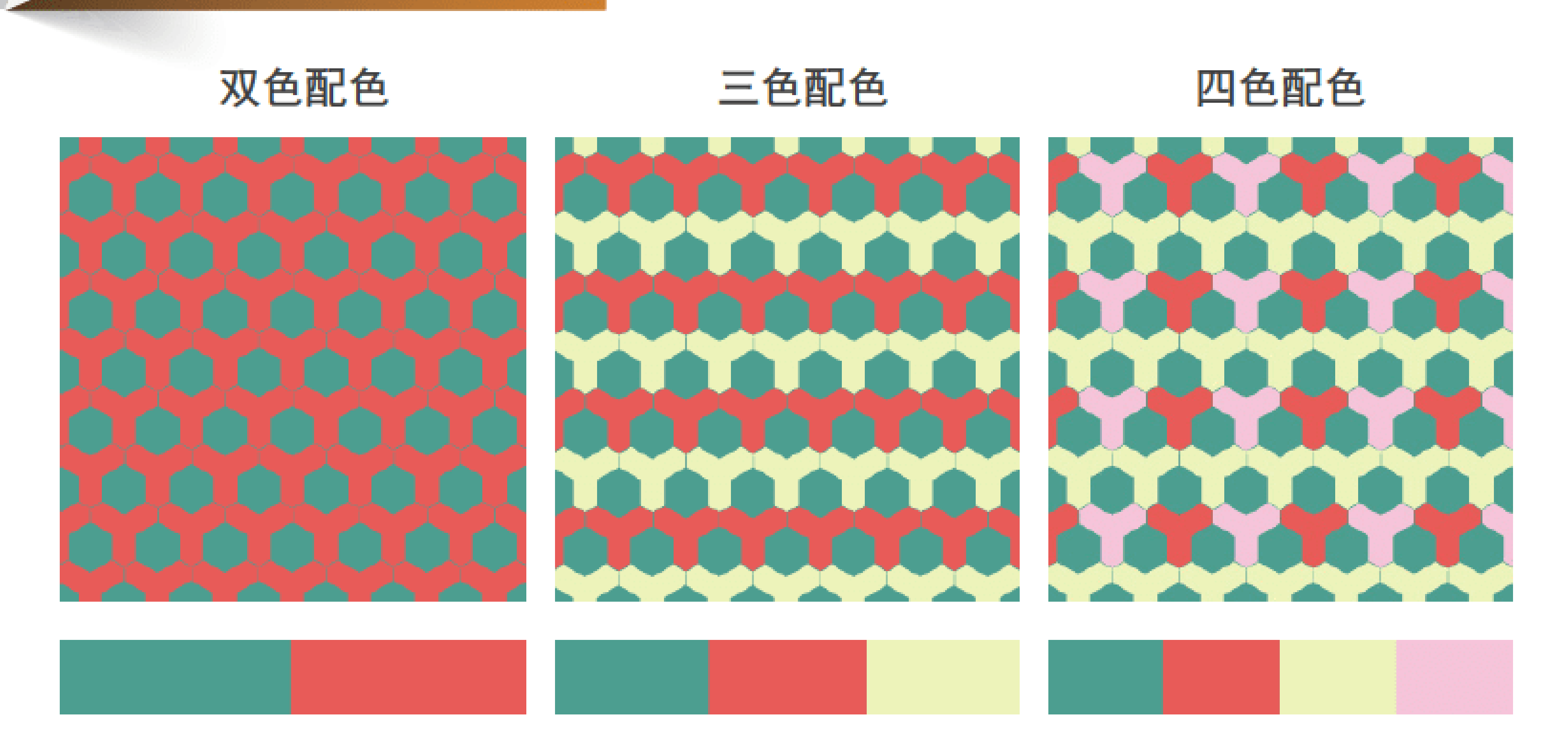
- RGB=80,81,85 CMYK=74,67,60,18
- RGB=0,0,0 CMYK=93,88,98,80
- RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
- RGB=180,52,85 CMYK=37,73,64,0
- RGB=210,188,51 CMYK=26,26,86,0

5.8.3 书籍装帧设计技巧——简约之美

极简是对烦琐设计的高度提炼，将设计内涵和设计精华保留，舍弃多余的部分。在书籍装帧设计中，利用文字、图片、图形的摆放，可产生极简风格的版式感觉，给人以简约之美的视觉享受，还可以给读者留有充分的想象空间。

	
该杂志内页版式采用分割型的布局方式，左侧以文字为主，右侧以图形为主，二者搭配在一起，使整个版面条理清晰、内容充实，而且具有很强的视觉冲击力。	该书籍封面设计采用了满版型的构图形式，画面中运用矩形线框将文字部分框选，使人们的视线集中在文字部分，而线框四周加上图片和图形做装饰，整体用色简洁大方，给人一种时尚、抽象的视觉感。

5.8.4 配色方案



5.8.5 书籍设计赏析





5.9 商品包装设计中的色彩

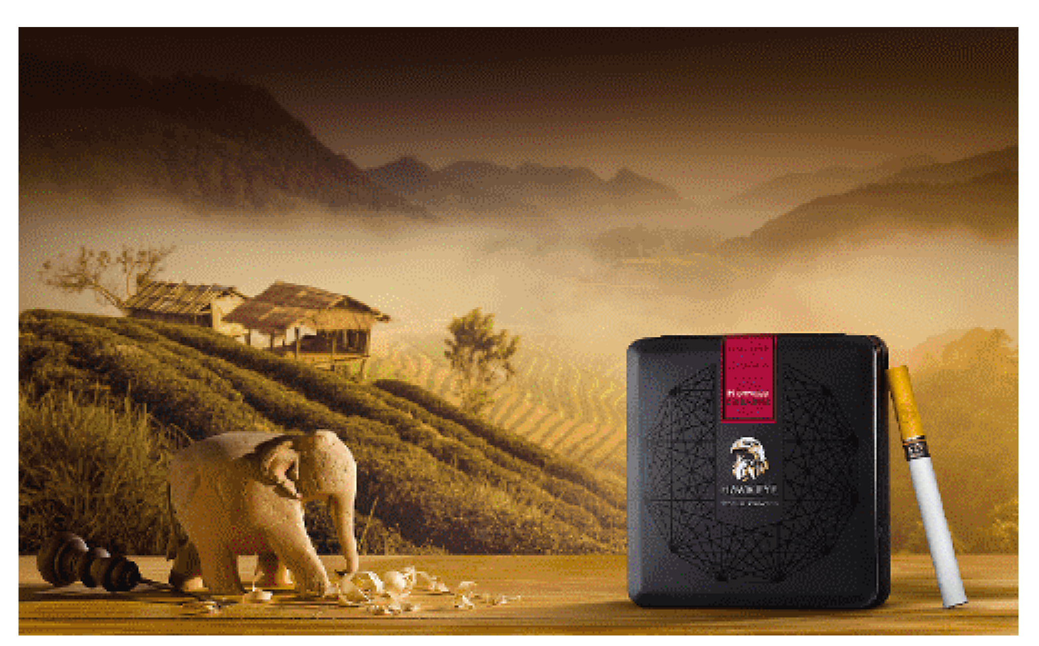
包装设计是将商品包装的商标、图形、文字、色彩组合在一起，并应用不同的包装材料、包装形式进行包装设计的过程。包装设计的最终目的是为了促进销售，因此包装设计应注意突出个性化、新颖性。色彩在包装设计中有很多种表达方式，常用的有同类书搭配、邻近色搭配、对比色搭配等，不同的搭配方式会产生不同的色彩情绪。

特点：

- 包装具有保护商品的功能，适当的包装使商品不变形、不变质。
- 包装具有便于流通的功能，通过包装使商品便于携带和搬运。
- 包装具有引导视觉的功能，包装的不同配色起到识别作用。
- 包装具有促进销售的功能，包装的形体、方式传达内容物的实质。













5.9.1 包装袋设计中的色彩应用

包装袋就是用于盛装各种商品的袋子，包装袋的使用使商品在销售时更加方便、快捷。而在包装袋设计中，色彩起到了至关重要的作用，精美的包装更能引起消费者的注意。且不同配色的包装有着不同的含义。



设计理念：此手提袋以米色为主色调，绿色作为辅助色，点缀点点红色，清新而自然。

色彩点评：米色和绿色的使用使包装袋显得清新、时尚，视觉效果突出，并且有一丝复古经典的感觉。

1 简单的色彩与标志的结合丰富了包装袋的画面效果。

2 醒目自然的商标标志，突出商品的品牌形象，对品牌有着宣传作用。

RGB=243,238,206 CMYK=7,7,24,0

RGB=94,153,95 CMYK=68,28,75,0

RGB=253,87,61 CMYK=0,79,71,0



该包装袋设计中采用米色与黄绿色为主色调，搭配少许的蓝色，表现出镇定的效果。整体画面展现出一种明快、自然的视觉感。

RGB=253,245,206 CMYK=3,5,25,0

RGB=208,206,0 CMYK=28,14,94,0

RGB=43,54,99 CMYK=93,89,45,11

RGB=55,8,0 CMYK=67,94,100,65

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



该包装设计中运用红色为主色调，而红色具有较强的视觉冲击力，无彩色白色放置于中心位置，会引导消费者的视觉定位于中心的品牌。

RGB=211,36,49 CMYK=21,96,83,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=182,50,61 CMYK=36,93,77,2

RGB=148,121,100 CMYK=50,55,61,1

5.9.2 包装盒设计中的色彩应用

包装盒是用来包装商品的盒子，包装盒的使用使商品在运输中更加安全，还可以提升商品档次等。包装盒设计的色彩有多种形式，如单色设计、双色设计、多色设计等。单色设计可以使消费者感觉更稳固、经典；双色设计可以使消费者感觉更华丽、高端；多色设计可以营造趣味、青春的感受。



设计理念：玻璃容器的产品在运输时为了保证产品安全，加入了缓冲格挡，以解决产品在包装盒里晃动的问题。

色彩点评：实木的棕色与透明的玻璃形成强烈的视觉冲击力，使消费者心情愉悦，从而促进产品消费。

1 可再生包装材料的精简细化体现使商品有一种新鲜、纯粹的视觉感受。

2 商品外表造型沉稳，体现内在丰富的韵味。

3 实木简单素雅的包装造型超越了文字给予的标识，吸引消费者的注意力。

RGB=101,53,30 CMYK=57,80,96,37

RGB=228,196,157 CMYK=14,27,40,0

RGB=59,29,18 CMYK=67,84,92,60

RGB=153,127,100 CMYK=48,52,62,1



此包装设计使用了绿色和红色搭配，给人一种清新自然的视觉感，包装中间红色花朵的中心采用透明的塑料材质，使消费者可以直接并清晰地看到商品。

RGB=60,137,40 CMYK=78,34,100,1

RGB=234,222,116 CMYK=15,12,63,0

RGB=123,39,6 CMYK=51,92,100,29

RGB=240,192,106 CMYK=10,31,63,0

RGB=255,62,35 CMYK=0,87,83,0



该包装设计采用深蓝色为主色调。将雍容华贵的皇家风格金色雕花精心呈现于质感独具的深蓝色礼盒上，整体风格展现出高端大气的奢华。

RGB=38,67,95 CMYK=91,77,51,15

RGB=107,90,68 CMYK=63,63,76,18

RGB=245,228,174 CMYK=7,12,38,0

RGB=71,71,75 CMYK=76,70,63,26

5.9.3 商品包装设计中的技巧——包装的趣味性表现

商品包装除了对商品在流通过程中起到保护作用之外，还具有品牌宣传和促进销售的作用。儿童或青少年这类食品消费群体最大的特点就是好奇心强、喜爱新鲜事物。因此他们可以接受更具创新性、趣味性的商品包装，甚至有一些消费者会因为商品包装有趣而购买此类商品。



包装采用青色和粉色为主色，对比色的搭配与极具趣味性的卡通人物相结合，使画面更加动感、亲切，并且同一系列不同口味的商品通过颜色的不同进行了分类。



大白熊张大了嘴巴，嘴巴里装着满满的食品，可想而知食品多么美味。包装设计与商品很好地进行了结合，使画面更加趣味、搞怪、生动。大面积的浅黄色给人较为轻松、醒目的视觉感。

5.9.4 配色方案

双色配色　　三色配色　　五色配色



5.9.5 商品包装设计赏析





5.10 设计实战：旅游产品模块化网页设计流程解析

5.10.1 设计说明

案例类型：

本案例是一款旅游主题网站的首页设计项目。

项目诉求：

本网站宣传语为“自由、时尚、活力”，以通过旅游释放心情，对未知憧憬的美好期盼为宗旨，力图给人以轻松愉悦的感受。网站页面中需要展现实地风景，让人产生身临其境的感受。




设计定位：

根据自由、时尚、活力这一系列关键词，网站在设计之初就将整体风格定位在清新自然上。而自然风的代表色莫过于大自然的颜色了，而最自然的颜色莫过于实景照片的颜色。所以网站整个页面以实地风景图为主体，直观地呈现极致景色。




特点：

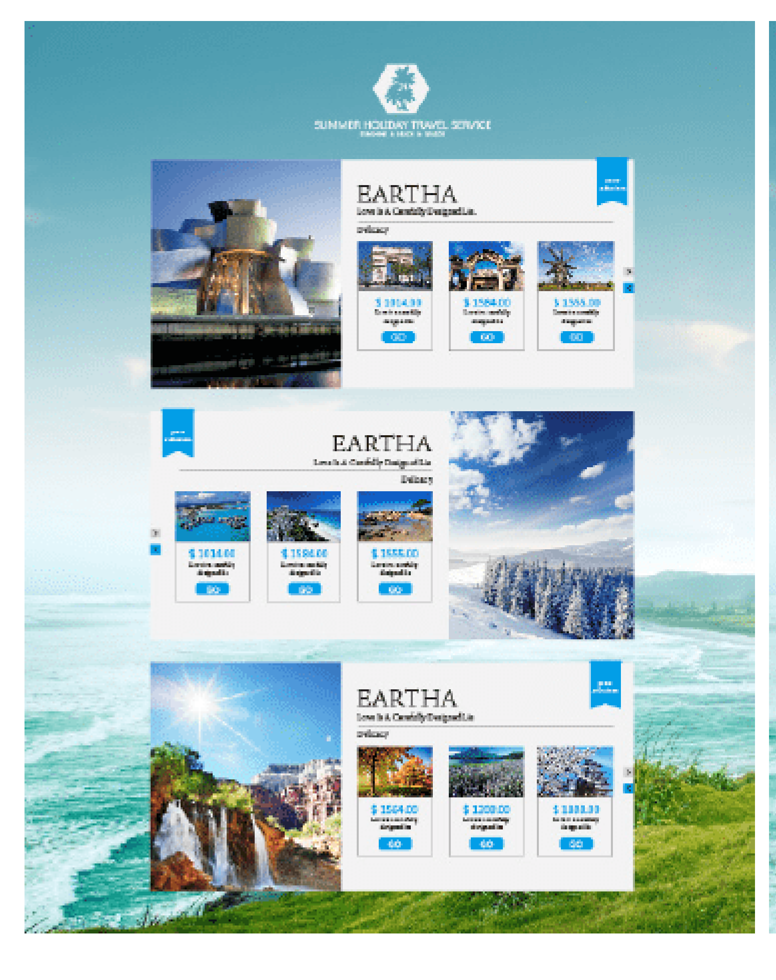
在旅游类的网页设计中，通常都会搭配极具吸引力的精美照片，目的是为了突出视觉吸引力，获取更多潜在客户。

- 导航清晰，布局合理。让用户有一种简便舒适的用户体验。
- 主题突出，风格统一。有助于加深访问者对网站的印象。
- 界面清爽，色彩和谐。根据和谐、均衡的原则，将不同的色彩进行组合、搭配，来构成美观的页面。

5.10.2 配色设计

1. 旅游主题网站首页设计的配色方案	分　析
 色彩搭配：	● 该案例采用了冷色调的青蓝色为主，点缀以高纯度的橙红色，形成冷暖对比，给人一种清新活力的感觉。 ● 在图片的选择上，尽量选择了带有鲜丽颜色的图片，具有较强的视觉冲击力，吸引用户眼球。

2. 和谐统一的配色方案





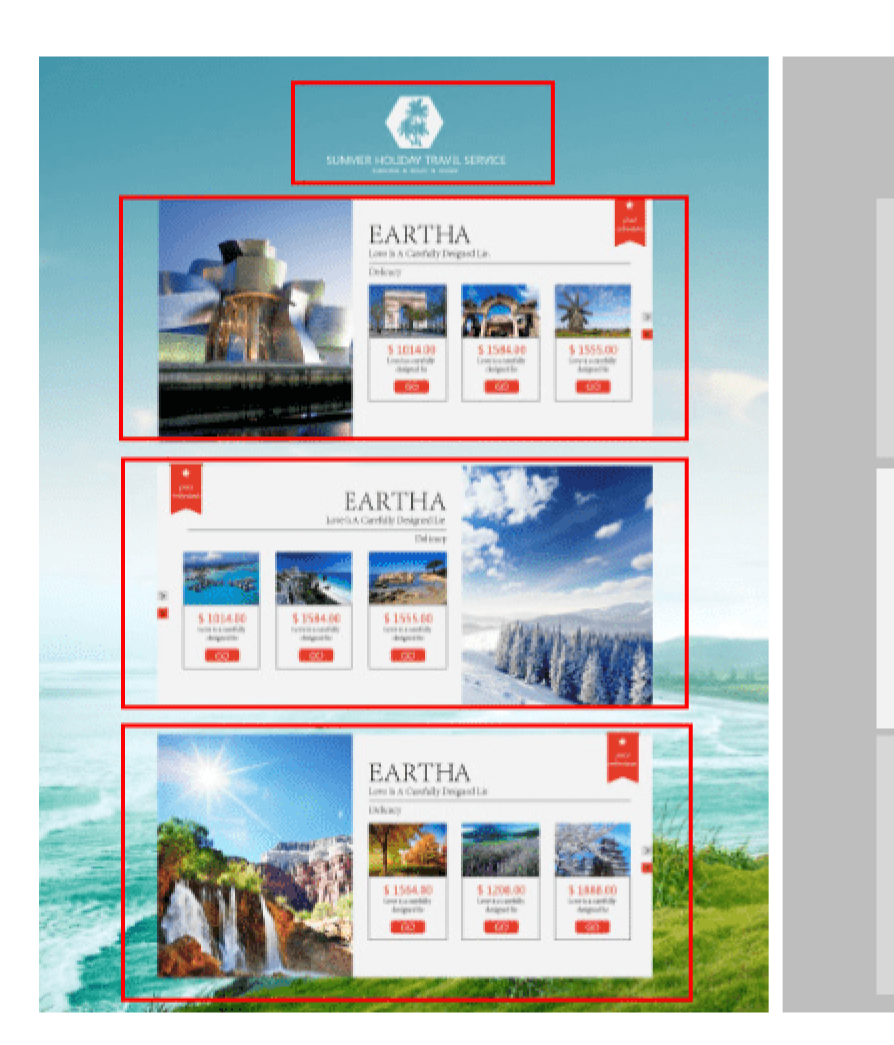
色彩搭配：

分 析

- 左侧作品在网站页面图片素材不进行更换的情况下，可以将作为点缀色的橙红色更换为纯净的天蓝色，与画面整体色调相匹配。
- 右侧作品从大自然的草地中提取的草绿色，与背景相呼应，也是不错的选择。

5.10.3 版面构图

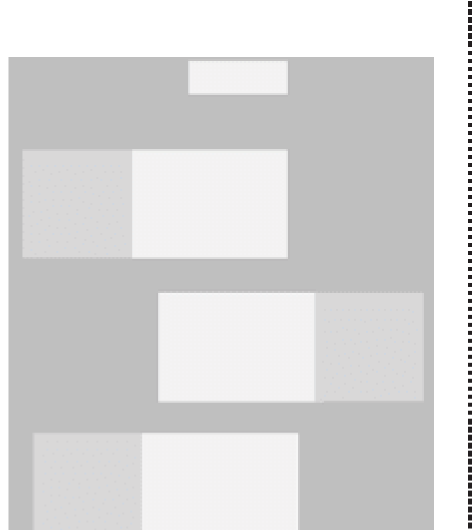
1. 水平对调的版面构图设计

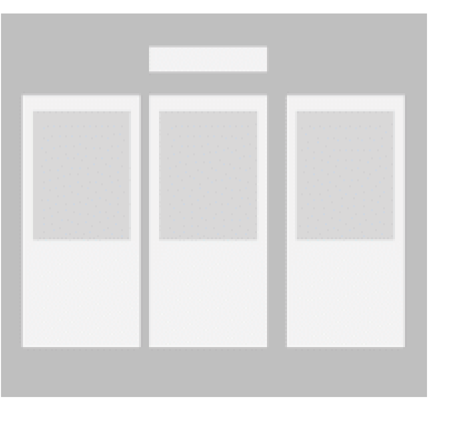




分 析

- 该网页的版式采用简洁明确的展示方式。顶部为网站标志，简化了导航栏，简单明确地将旅行项目罗列在版面中。
- 项目分为三大类，每个分类都以大尺寸风景照片的形式进行表达，无须文字说明。
- 为了避免三大类相同的版式造成的枯燥感，所以将每个栏目的元素进行水平对调。

2. 自由的版面构图设计	分　析
 色彩搭配：	● 网页的版式选择了一种非常简洁明确的展示方式。 ● 在色调不做调换的情况下，可以将三大模块以左、右、左的形式穿插排列，这样版面空间更加通透且活跃性十足。 ● 整体版面给人一种自由、轻松的视觉感。

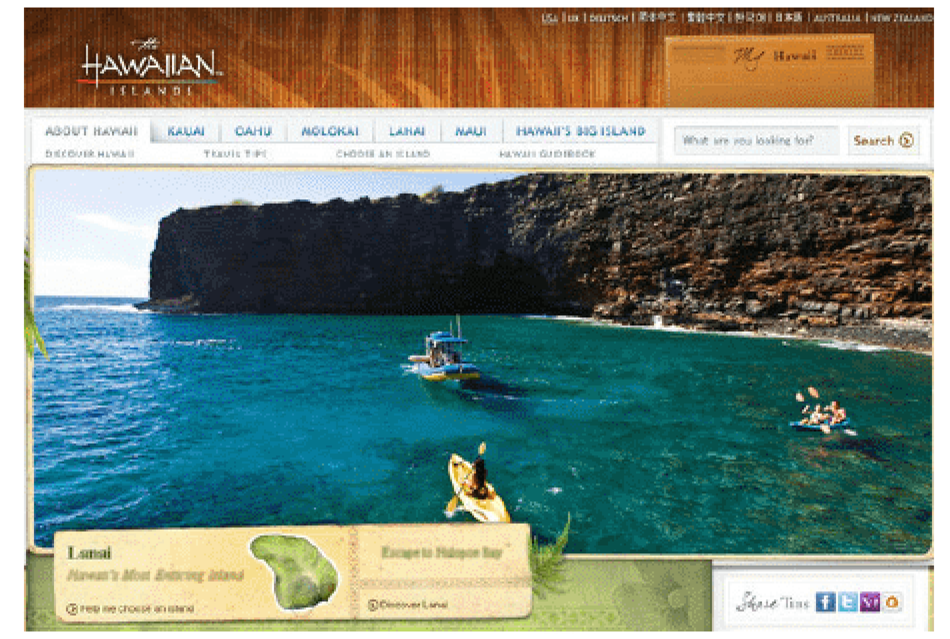
3. 骨骼型的版面构图	分　析
 色彩搭配：	● 也可以采用骨骼型的版面编排方式。版面分为三栏，非常有条理地介绍景区，有效地避免了信息繁杂产生的凌乱感。 ● 将项目文字信息置于风景图下部。整体构图井然有序。 ● 大图下方则为相关类型的旅行线路详情，给人以醒目、清晰的视觉感受。

5.10.4 同类作品欣赏


Maine
THINGS TO DO
REGIONS & TOWNS
LODGING
DINING
PACKAGES & SPECIALS
SEASONS
EVENTS
RESOURCES
HOME
MAINE WOODS DISCOVERY


TOMAHAWK
Contemporary luxury with hospitality at its very best
ACTON HALL
WOODLANDS
GREAT VICTORIA


Little Palm Island
Resort & Spa
rates & reservations
packages
about the resort
photos & videos
SpaTerre
dining
weddings
STASH


Hawaiian Islands
ABOUT HAWAII
KAUAI
OAHU
MOLOKAI
LANAI
MAUI
HAWAII'S BIG ISLAND
Search
Lanai


Springtime!
IN TENNESSEE
Spring Treks
Sights & Sounds
Outdoor Adventures
Food, Farms & Marketplaces
Spring Contest
Memphis in May International Festival
Africa in April Cultural Awareness Festival
Dogwood Arts Festival
CLICK AND DRAG TO SCROLL ABOVE OR CHANGE SLIDESHOW BELOW


washington
The State
Home
Things to Do
Plan a Trip
Explore Cities
Things to Do
What's New?
Stay Up-To-Date



色彩设计的视觉印象

不同波长色彩的光信息作用于人的视觉器官，通过视觉神经传入大脑后，经过大脑对色彩以往的记忆、联想和感受，产生的色彩情绪就是色彩的视觉印象。人们对不同的颜色会有不同的色彩印象，而同一种颜色在其他色的搭配下，也会产生不同的心里暗示效果。

比较常见的色彩的视觉印象有清新、科技、忧郁、高端、复古、浪漫、坚硬、喧闹、神秘、生机等。

- 清新类色彩视觉印象，通常颜色比较纯净，多采用高明度、高纯度的颜色，给人纯粹、直接、清爽的感受。
- 科技类色彩视觉印象，通常应用于高科技产品或科技企业中，颜色通常比较稳重，蓝色、灰色、黑色、白色是比较常用的色彩。
- 复古类色彩视觉印象，通常选择一些纯度较低的颜色，例如棕灰色、土黄色、卡其色等，给人以年代感。







6.1 清新

清新感的色彩搭配方式是非常常见的，通常主色较为明快，起着掌控作品基调的主导作用；辅助色则围绕主色进行选择、搭配，多为邻近色或相似色，是辅助、补充主体色的色彩，常被用于衬托或表现相应的理念与意义，同时也具有强化清新感的视觉效果；而点缀色通常为主色的对比色或互补色，是作品的点睛之笔，具有升华作品视觉感的特点，进而形成清新、淡雅的视觉美感。

特点：

- 画面色彩具有明快、鲜活的视觉感受。
- 能够体现创造力和活力。
- 具有缓解紧张情绪、放松心情的视觉效果。





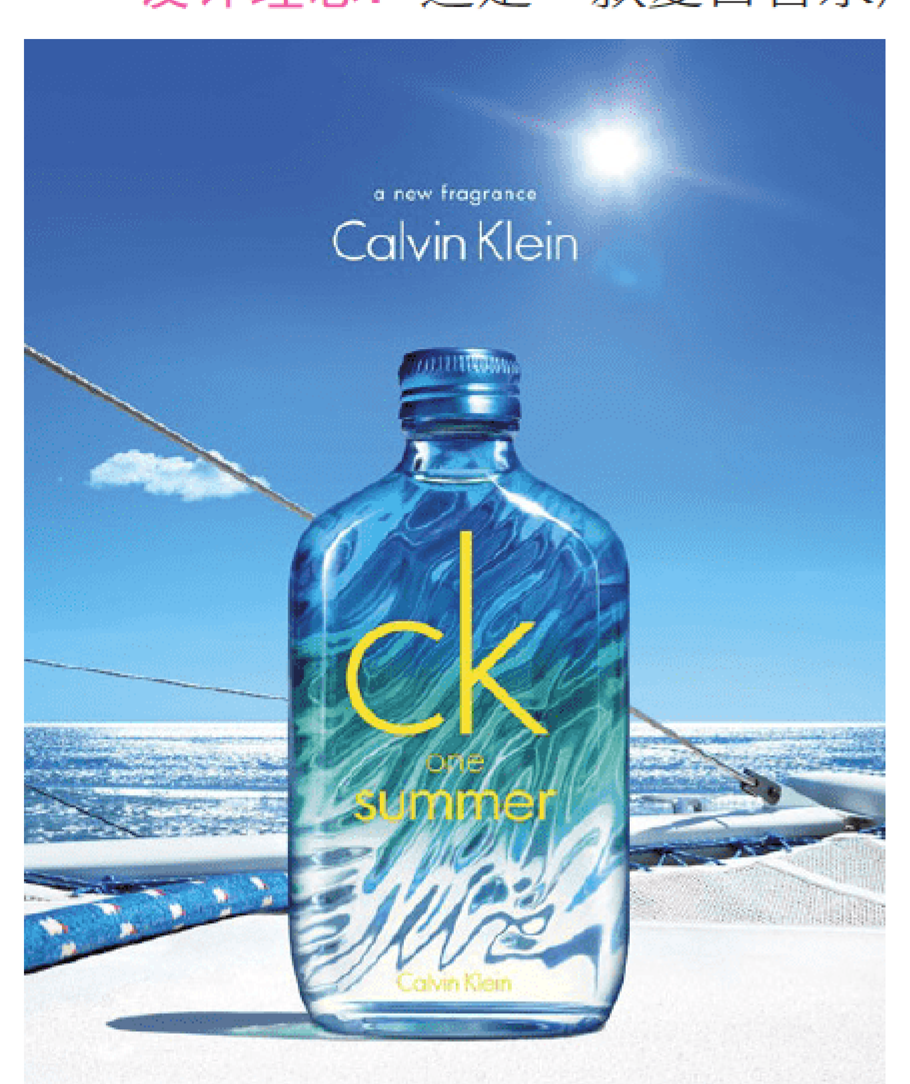




6.1.1 清新感设计

清爽、明净、淡雅是清新感设计的特点。在产品设计中，清新感的设计可表现出生动性与凉爽性。在设计过程中，和谐用色的同时应注重画面整体色调的明度与纯度，进而使设计核心更加凸显，吸引人的眼球。

设计理念：这是一款夏日香水广告的设计作品。画面以海洋为背景，让人放松所有的感官知觉，尽情享受夏日的阳光。将香水瓶摆放在画面中心，在阳光的照射下，增添迷人香气，从而打造男、女都适合的夏日清新型香水。



色彩点评：不同明度的天蓝色与白色搭配，加上黄色品牌 LOGO，画面对比鲜明，营造出阳光、海水般的清新感。

1. 完美诠释夏日热情海岸最需要的清爽气氛。
2. 海水的渐变色调与包装相呼应，加上玻璃瓶身的涟漪质感，让人犹如置身海岸，自在放松。
3. 画面风格色调统一，清新感十足。

RGB=62,107,175 CMYK=80,58,11,0

RGB=140,204,242 CMYK=48,9,3,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

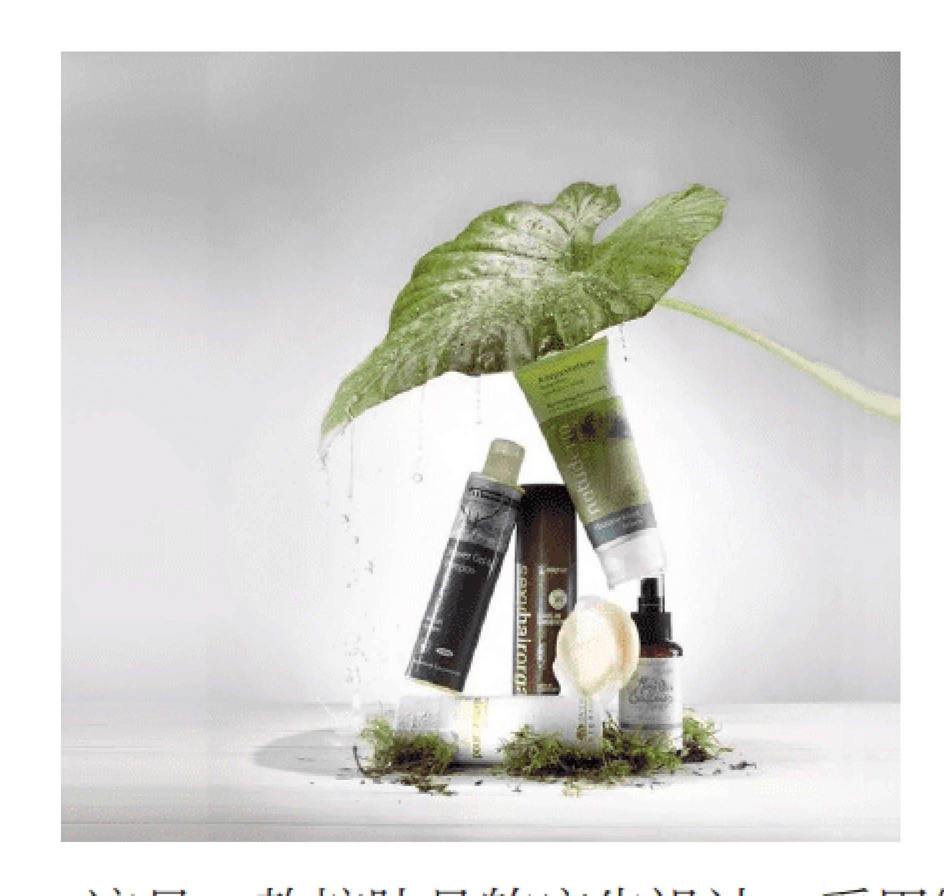
RGB=250,225,45 CMYK=9,12,83,0



这是一款企业品牌形象中的事务用品类。整体色调采用黄绿色为主色调，给人一种雨后春笋的感觉，清新而淡雅，从而突出企业品牌健康、自然的形象，且具有较强的亲和力。

RGB=214,220,22 CMYK=26,7,90,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



这是一款护肤品的广告设计。采用绿色的叶子，给人以清新、自然、安全的视觉感。该作品采用重心型构图，提升了版面主题的可视性。叶绿色起到点亮画面的作用，同时又营造了和谐统一的视觉美感。

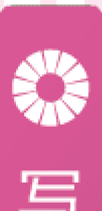
RGB=126,146,68 CMYK=59,36,87,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=78,73,31 CMYK=70,64,100,34

RGB= 68,47,36 CMYK=68,76,83,49

RGB=62,60,67 CMYK=78,74,64,33



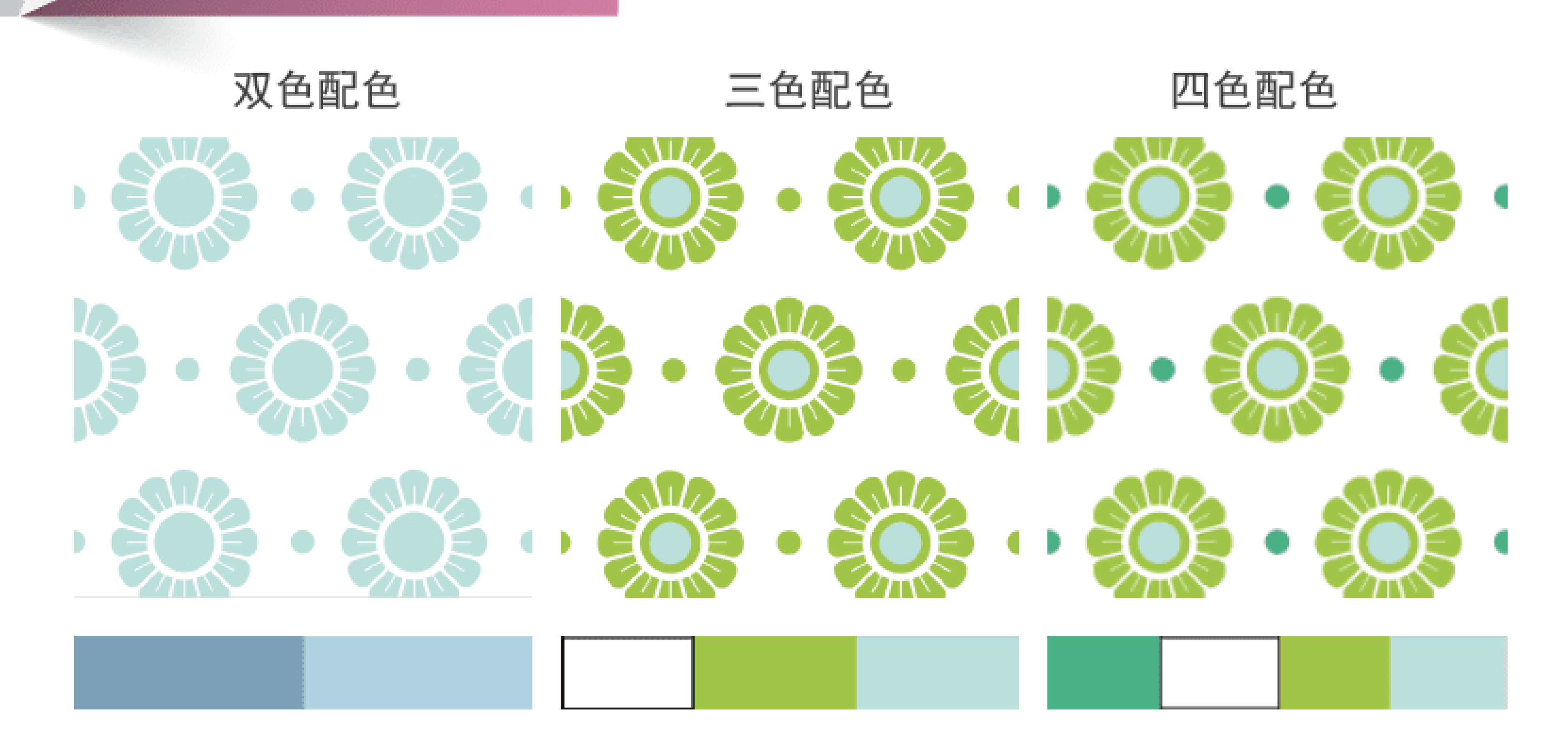
6.1.2 清新感设计技巧——突出自然的色调

清新风格的设计更应该注重色调统一，绿植、花朵组合在一起，会产生唯美的小清新色调。

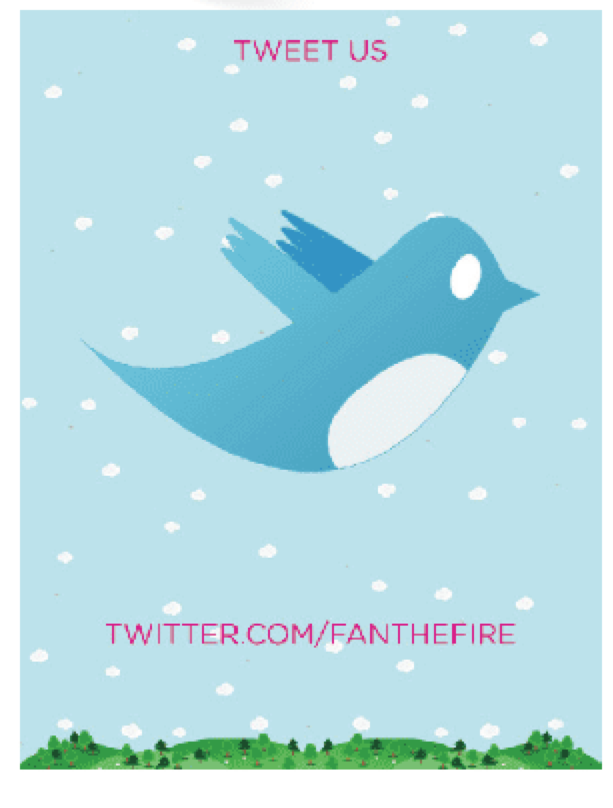


该案例为北欧风格的婚礼现场布置设计。白色象征着纯洁、神圣，绿色代表着清新、自然，现场采用大面积的白色与绿色的北欧饰品和个性花艺进行装饰设计，为婚礼现场增加了唯美清新的气息。

6.1.3 配色方案



6.1.4 清新感设计赏析







6.2 科技

科技感的设计在众多行业都有所应用，如电器、数码、手机、音像、汽车等高科技行业。常见的用于体现科技感的颜色有很多，比如蓝色、灰色、白色、黑色等。

特点：

- 为了表现科技感，整体画面用色多简洁大方。
- 科技感风格的画面也可以通过故事的塑造夸张产品特性。
- 常由酷炫的特效和别致的造型来营造科技氛围。









6.2.1 科技感设计

在科技感风格的设计作品中，色相属性的变化会比较少，使用单色或双色搭配是最常见的。虽然色相属性的变化比较简单，但可通过增强画面的明度层次使作品科技感更突出。



设计理念：这是一款 MP4 的广告设计。将耳机设计成“人在唱歌”的形态，带给人们最真实的原声享受。

色彩点评：以淡青色为主色调，搭配 10% 亮灰色，整体画面和谐统一，给人以科技、前卫、干净的视觉感受。

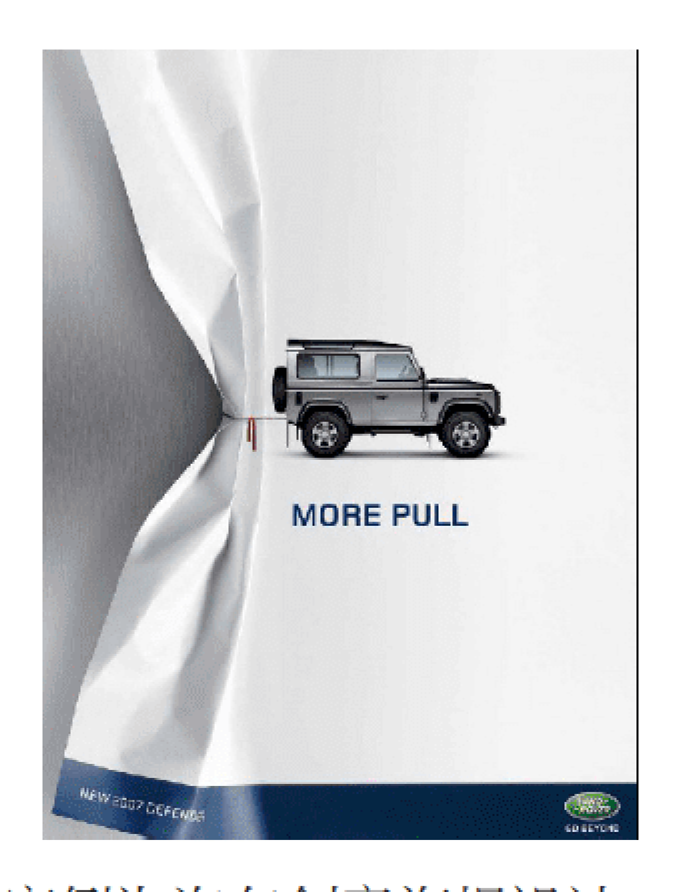
1. 拟人式的产品形象，抓住了人们的视觉中心。
2. 青色与银色的搭配，使画面更有空间感，同时，夸张的耳机造型让广告主题更醒目。
3. 淡淡的青色，非常适合人类视力的明度，有利于缓解人们的视疲劳。

RGB=195,218,226 CMYK=28,9,11,0
RGB=186,191,195 CMYK=32,22,20,0
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80



这是一款运动手表的广告设计。整个画面运用藏青色调，偏暗的影调低调而前卫。花朵的放射式摆放让手表精彩绽放，突出了画面重心，搭配白色让画面更具变化感。

RGB=36,51,74 CMYK=91,83,57,30
RGB=1,19,43 CMYK=100,96,66,56
RGB=184,186,184 CMYK=0,0,0,0
RGB=2,59,140 CMYK=100,87,20,0
RGB=9,151,251 CMYK=75,34,0,0



该案例为汽车创意海报设计。海报采用折纸式的形象，创意性十足。而画面中使用简洁的文案和一辆汽车，展现超强的视觉感，制造出汽车拉动纸张的趣味画面，十分吸引人的眼球。

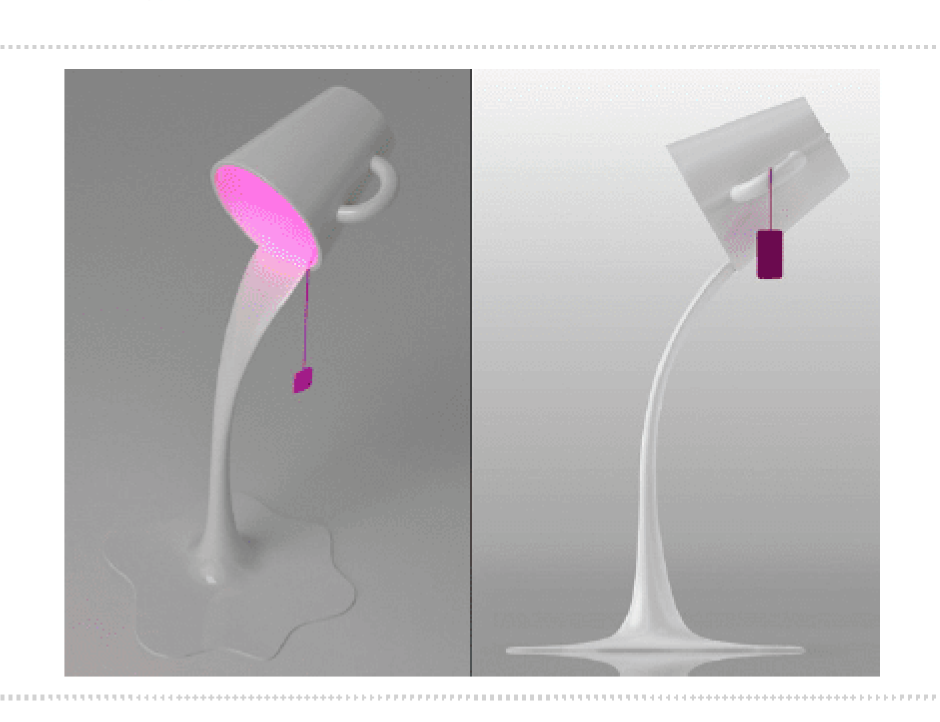
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=88,87,92 CMYK=72,65,58,13
RGB=6,39,70 CMYK=100,92,57,33
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80
RGB=6,92,45 CMYK=90,52,100,22

6.2.2 科技感设计技巧——无彩色的应用

无彩色包括黑色、灰色、白色，在科技感的设计中是非常实用的，它通常不会影响到作品的整体感受。巧妙地应用无彩色可以让作品更生动。

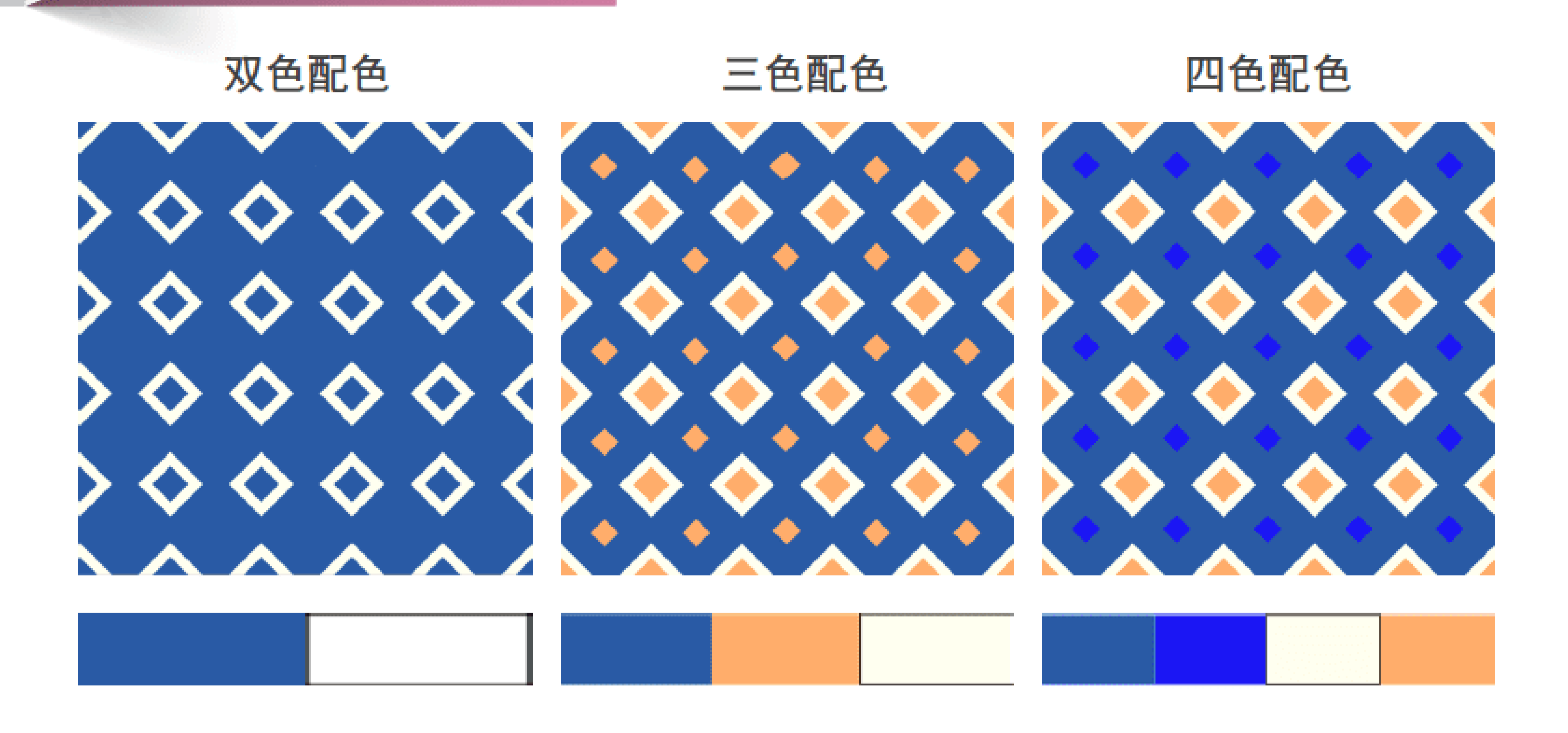


这是一款 U 盘的创意广告设计。画面采用放射型的构图方式，突出产品存储功能的强大，可容纳海量的信息和资料。商品主体与辅助元素的大小形成鲜明对比，使其看起来更娇小，强化了方便携带这一特点。蓝色和白色搭配给人一种时尚、科技的视觉效果。



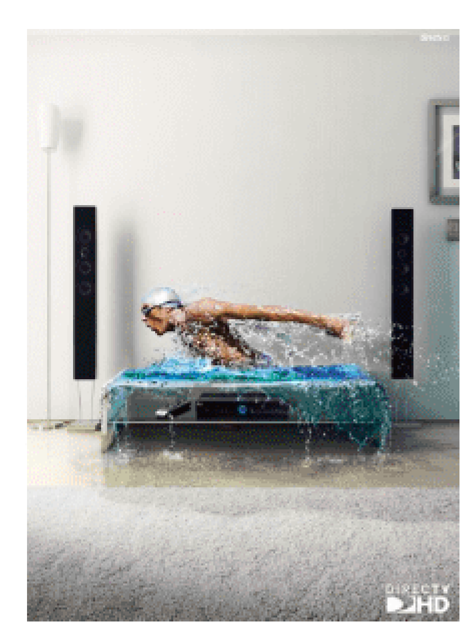
这是一款台灯的创意设计。其造型为一只杯子悬浮在空中，被“倒出”的“液体”所支撑着，整体造型富有新意。支架部位荧光粉的设计，增强了整体的梦幻感。如果将其放在书桌或茶几上，一定可以增添不少情调。

6.2.3 配色方案



6.2.4 科技感设计赏析



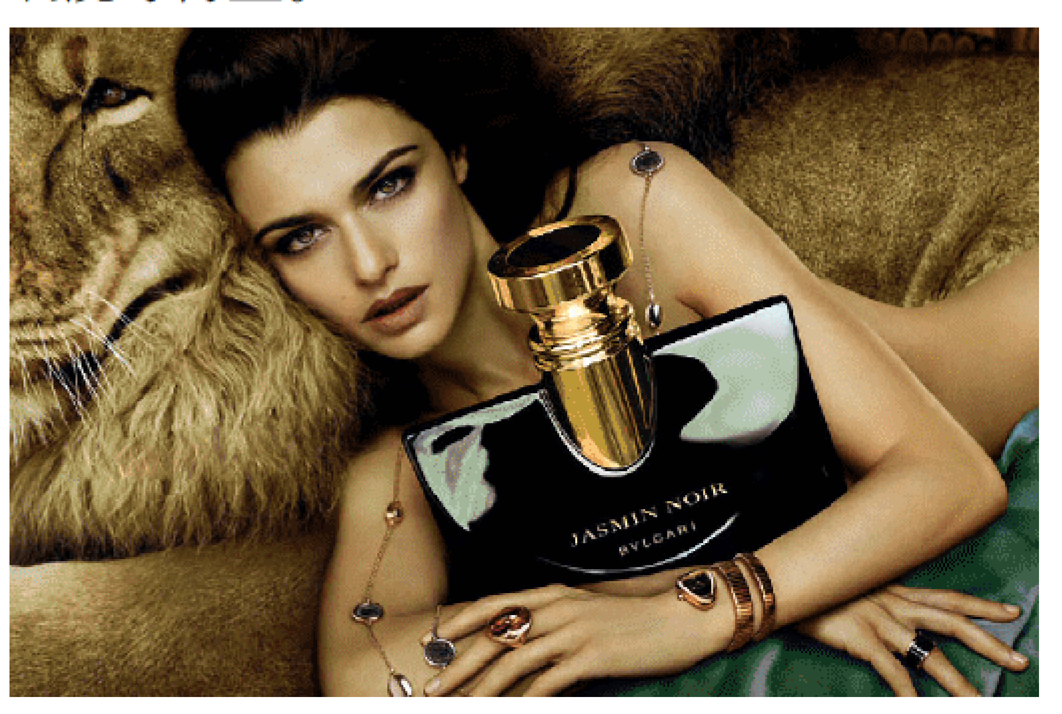




6.3 高端

高端通常被人们理解为商品高级、上档次、价位等在同类型中占据较高的位置。许多色彩都能营造出高端、大气、精美、华丽的感受，常用的有金色、银色、黑色、白色、灰色等。在想要突出表现高端的设计作品中，通常画面内容、色彩搭配、构图方面都比较简约，无须过多而烦琐的修饰。并且在画面中常使用强烈反射或折射等特殊质感，给人以高端的感觉。

高端感的设计作品大多应用于奢侈品、手表、饰品、化妆品、包、服装、房地产、眼镜等行业。













6.3.1 高端感设计

高端感是奢侈品、名表、香水、汽车等商品广告最需要展现的感觉。研究这类优秀作品，总结共性，可以了解很多常用于营造高端感受的配色方案，比如常使用同类色的渐变、巧用黑白灰、画面留白等。

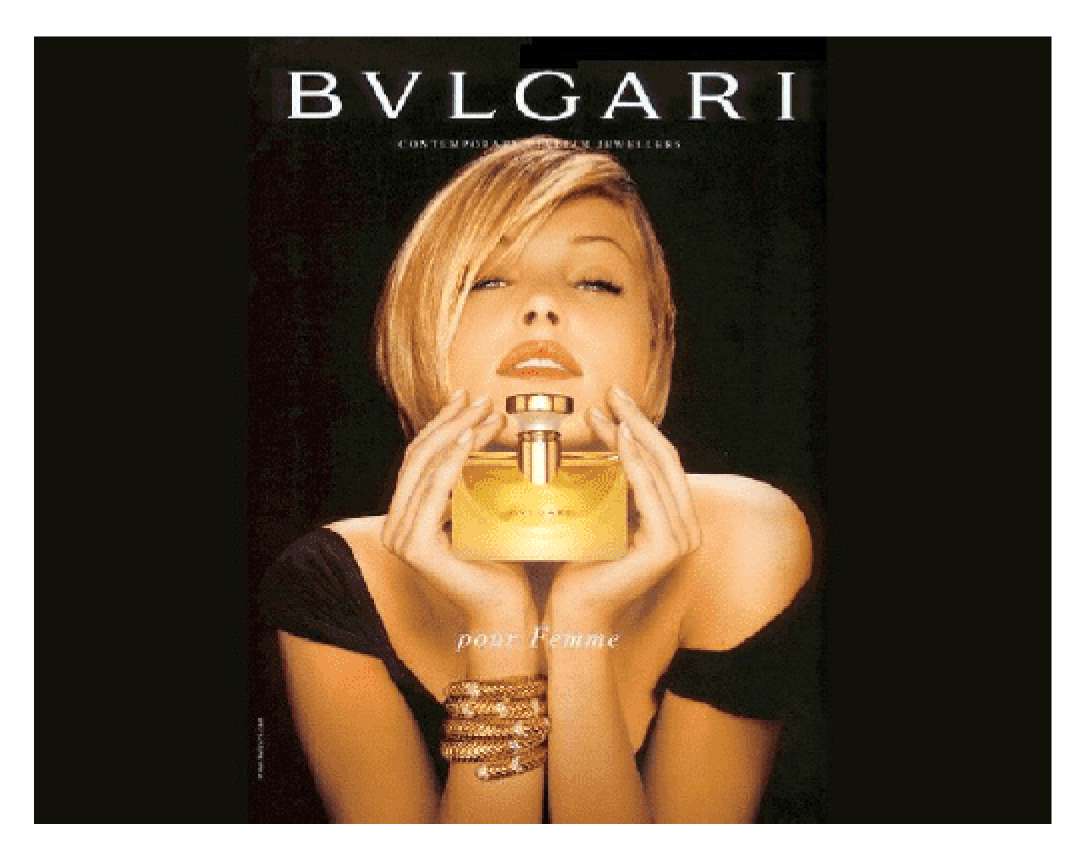


设计理念：这是一款女性腕表的广告设计。画面运用明星展现产品之美，同时，商品展示方式运用了破型的视觉流程，既增强了空间感，又让整则广告看起来不过于拥挤。

色彩点评：运用不同明、纯度的淡褐色与彩金色搭配，使整个画面具有高端与时尚气息。

1. 人物摆动裙摆展现柔美流动的线条极具美感。
2. 画面色调过渡柔和，处理得当，令人赏心悦目。
3. 明星代言，可以让产品更具知名度。

- RGB=144,94,67 CMYK=50,68,77,9
- RGB=188,148,122 CMYK=33,46,51,0
- RGB=248,216,177 CMYK=4,20,33,0
- RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



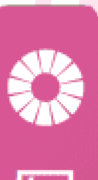
这是一款香水的广告。该作品以黑色为主调，搭配金色，让画面充满了神秘、奢华的气息。沉醉于香氛下的人物，给人一种性感、迷人的印象。

- RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80
- RGB=250,205,80 CMYK=6,25,74,0
- RGB=254,240,167 CMYK=4,7,43,0
- RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



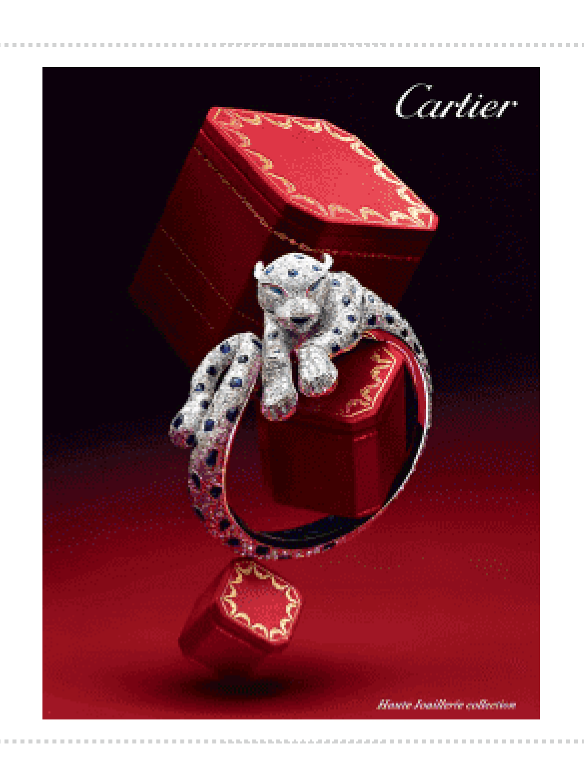
这是一款汽车的创意广告设计。该汽车拥有引人注目的赛车外观，展现出勇敢无畏的气息。驰骋间运动基因尽显无疑。而画面采用铁青色为主色调，给人一种炫酷、时尚的视觉感。

- RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80
- RGB=41,48,56 CMYK=85,77,67,44
- RGB=65,107,129 CMYK=80,56,43,1
- RGB=213,241,253 CMYK=20,0,2,0



6.3.2 高端感设计技巧——以创意吸引人的眼球

高端风格即强调画面大气、华丽等特性。而想要设计出有特色的高端风格作品，就应该打破传统的设计思维方式，过多的同类重复性设计会让人产生审美疲劳。为避免千篇一律的乏味感，应该采用新颖形式的创意设计，打造出高端风格的特色设计。

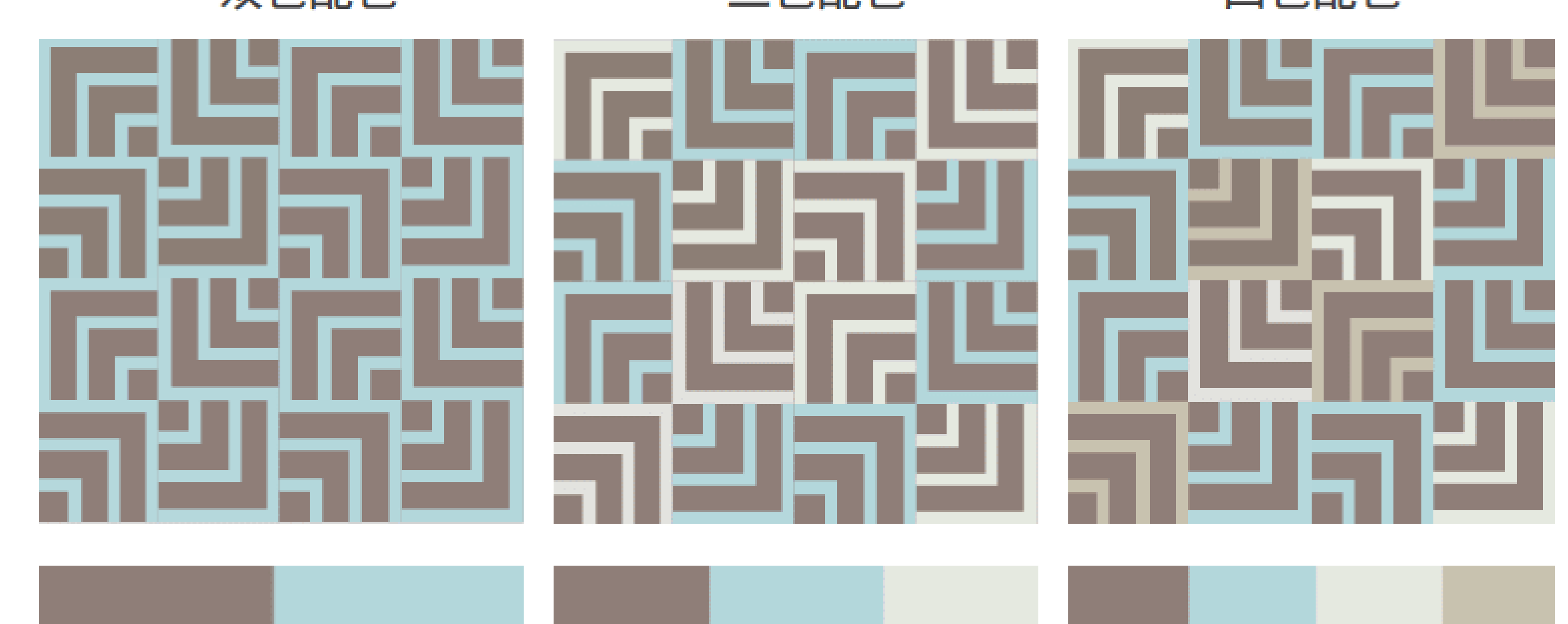




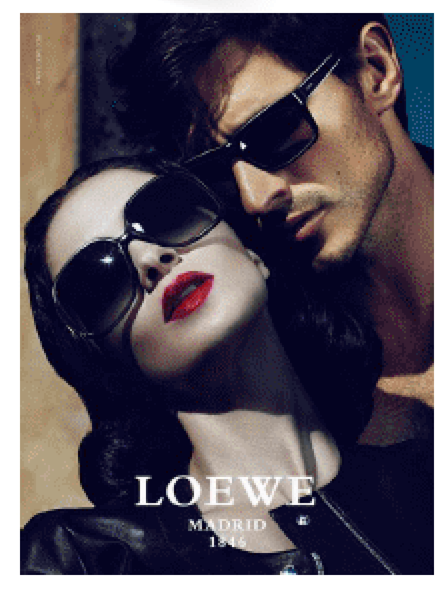
这是一款卡地亚首饰的广告设计。画面中镶满钻石的豹子与红色包装盒相呼应，给人强烈的视觉印象，同时也凸显出首饰的高端与华贵气质。

这是一款卡西欧相机的创意广告设计。这是专为女性设计的相机，机身以浪漫、性感的紫色为主，其外观的色彩设计是女性消费者无法拒绝的，加之相机与化妆刷巧妙地结合，意在这是一款能让你变美的相机。

6.3.3 配色方案



6.3.4 高端感设计赏析







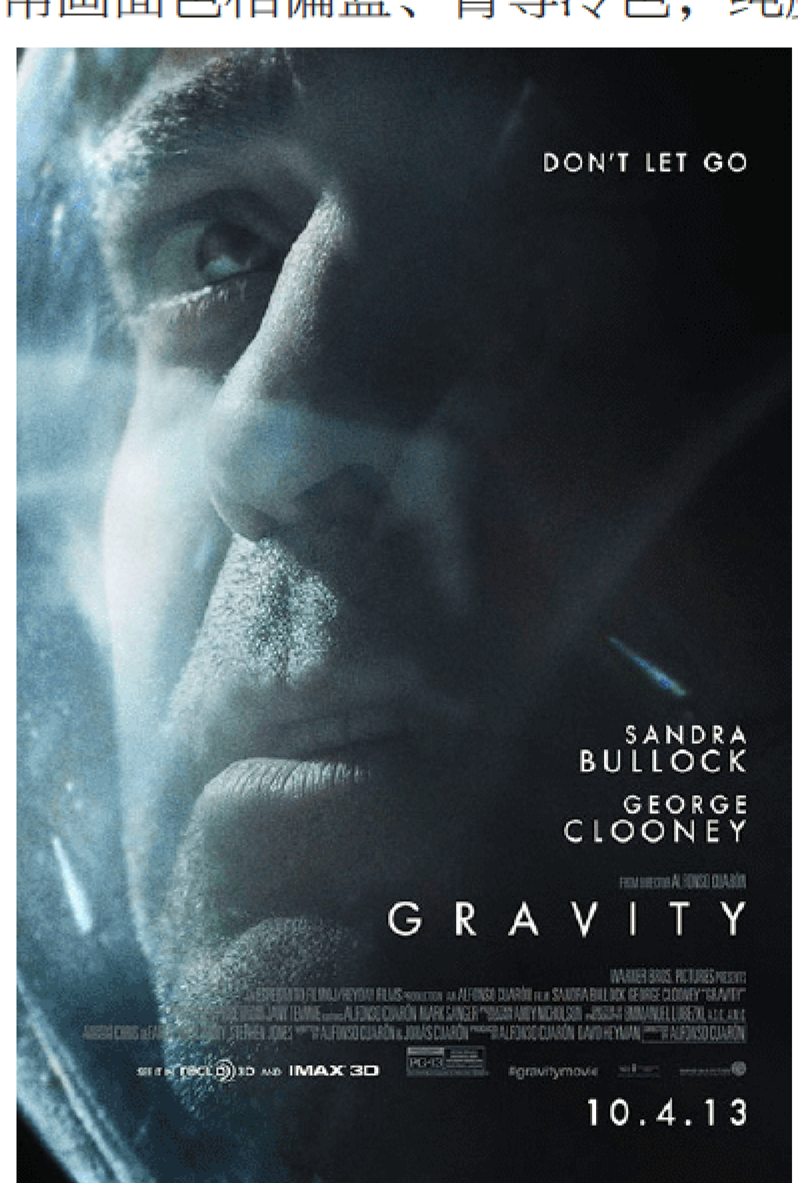
6.4 忧郁

忧郁是一种可以带来负面情绪的视觉印象，在设计作品中，也是某种情况下的一种心理暗示。画面整体色彩一般采用蓝色、青色等冷色来体现，也可以适当地加入灰色，增强忧郁的沉重气息。

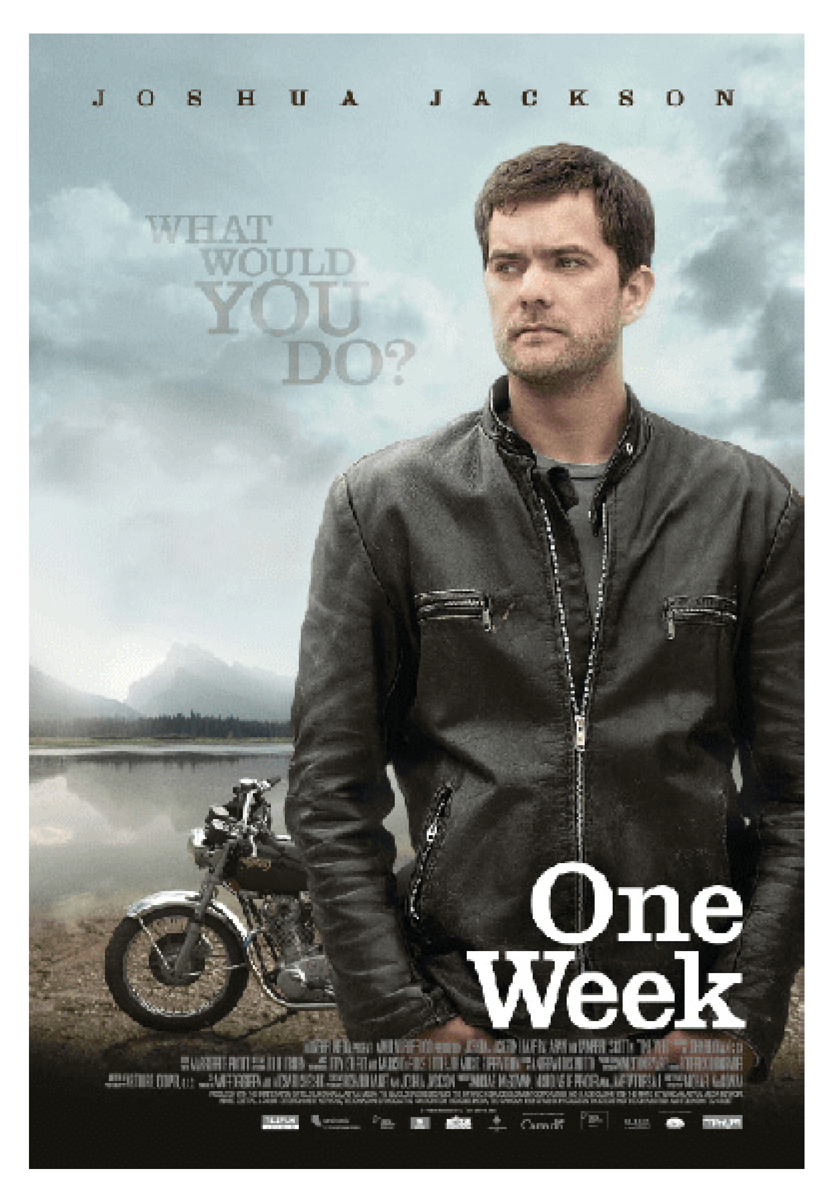
忧郁风格的设计作品多结合很多表现手法，如隐喻、借代、对比来突出主题以及视觉感受。

特点：

- 展现忧郁的平面设计作品可采用人物表情来体现忧郁之感。
- 情绪化浓重的画面更适合表现忧郁。
- 通常画面色相偏蓝、青等冷色，纯度偏低，给人带来低沉的心情影响。





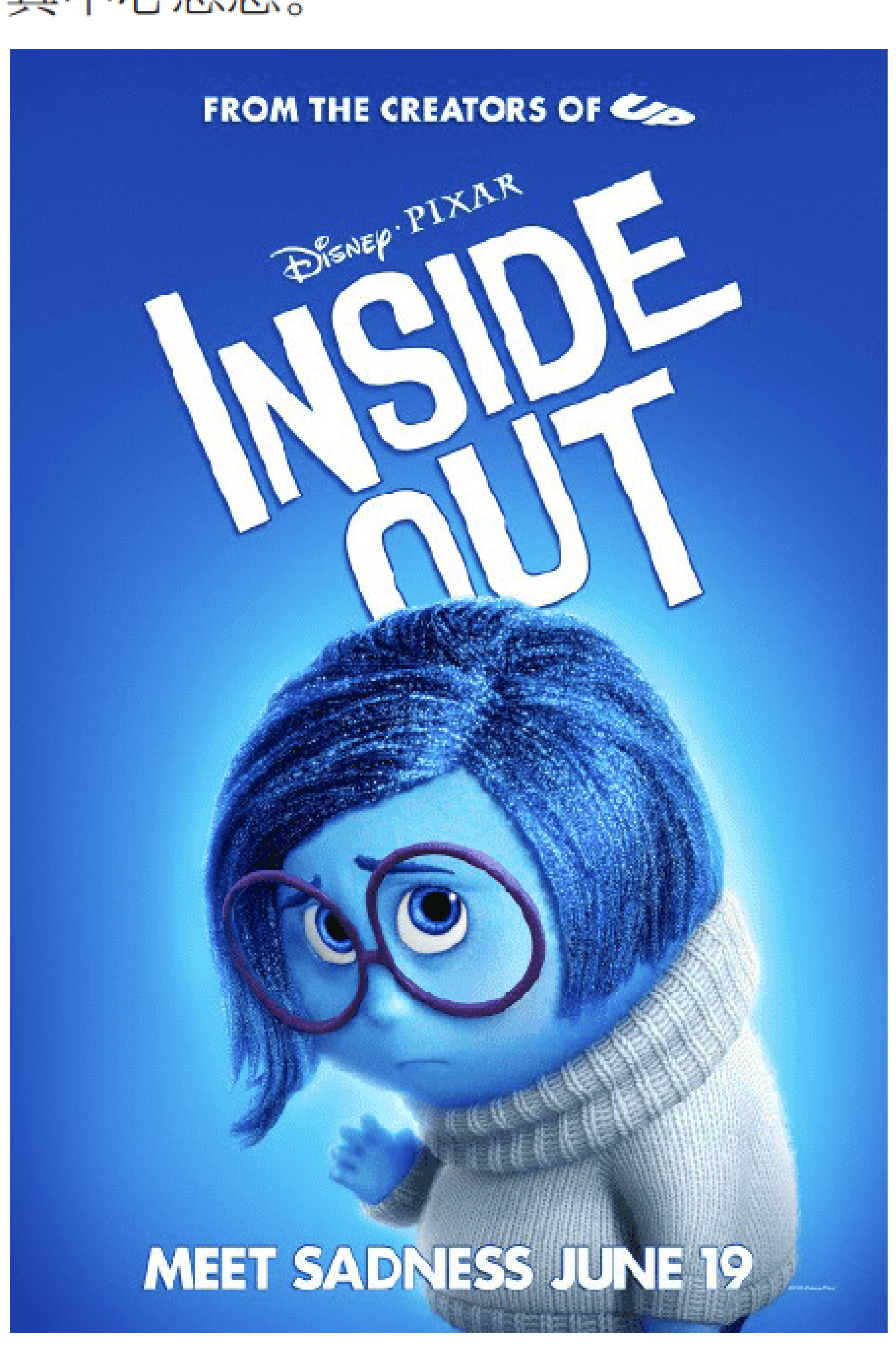






6.4.1 忧郁感设计

忧郁感风格通常运用偏冷色调或偏暗淡的色调来营造忧郁氛围，且注重画面的展现，给人以悲伤、压抑的视觉感，并让观者能够更直观地了解设计师想要表达的情感与其中心思想。



设计理念：这是美国动画片《头脑大作战》的宣传海报设计。画面中人物紧皱眉头、满脸委屈的表情，忧郁感十足。而整体色调采用蓝色，营造出淡淡的忧伤气息。

色彩点评：整体画面运用蓝色为主基调，展现画面的格调与氛围，给人以哀伤、忧郁的感觉。

1 作品构图形式简洁，让观者能更直观地读懂其中的情绪。

2 卡通人物紧锁的眉头和下垂的嘴角与忧郁的主题相匹配。

RGB=34,71,178 CMYK=91,76,0,0

RGB=97,208,251 CMYK=57,1,3,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=196,210,223 CMYK=27,14,10,0

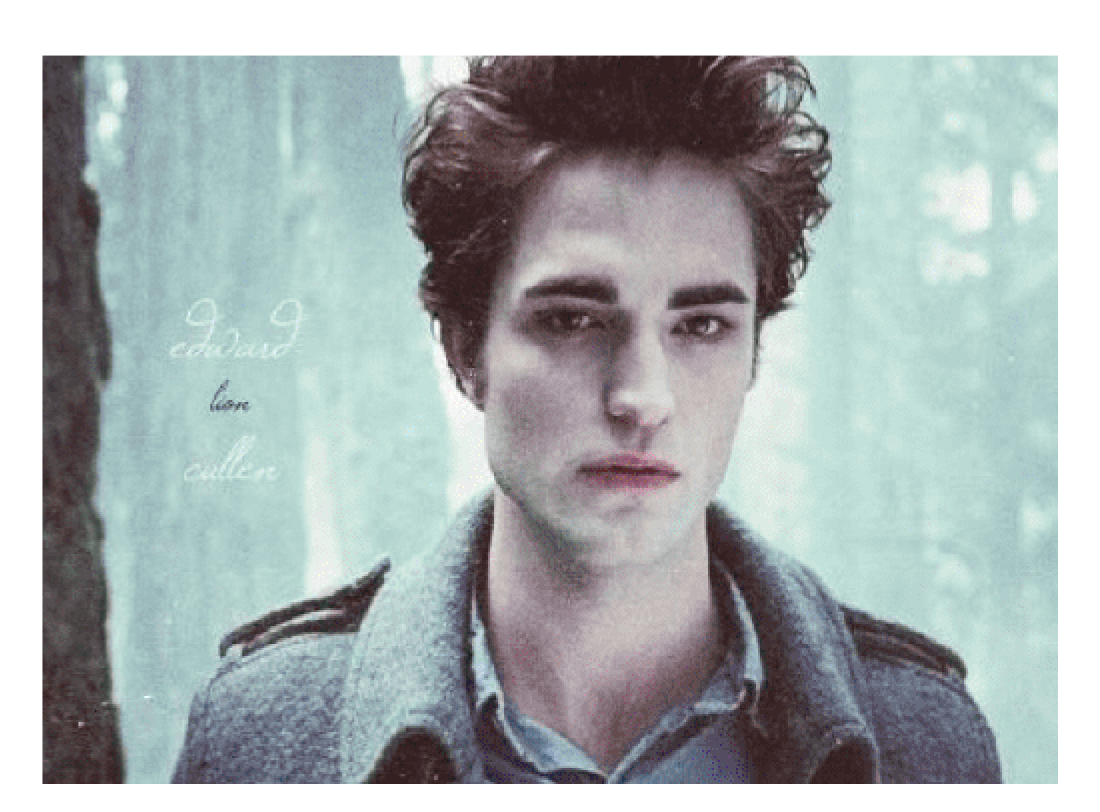


这是丹麦科幻片《忧郁症》的宣传海报设计。海报整体偏灰调，深铬绿色的背景衬托偏灰色的人物，使整个人物的轮廓产生一丝朦胧感，一种忧郁的气氛油然而生。

RGB=50,75,63 CMYK=82,62,75,31

RGB=12,17,14 CMYK=89,82,85,73

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



这是美国电影《暮光之城》的剧照。整体画面用色明度较高，饱和度偏低，整体对比度较低。人物表情散发着淡淡的忧郁气息，让整个画面看起来十分悲伤。

RGB=170,205,201 CMYK=39,11,23,0

RGB=144,160,173 CMYK=50,33,27,0

RGB=76,69,76 CMYK=74,72,62,25

6.4.2 忧郁感设计技巧——注重个体与整体的结合

强调画面的忧郁感，最直白的方式莫过于人物表情的体现，人物的眼神、表情可以将忧郁的感觉很好地表现出来。结合低饱和度的画面色调，将忧郁的情感表达得淋漓尽致。



这是一张肖像摄影作品。画面整体灰暗的色调带来浓浓的复古感，虽然人物以“小丑”的形象出现，但表情的线条、皱纹和阴影无不在透露出一种忧郁、悲伤的气息。



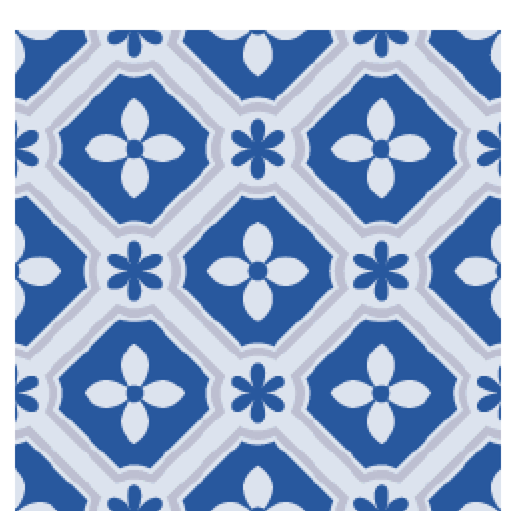
这是一张绘画作品。作品中人物手提裙摆，眼睛里充满故事。画面采用偏灰的青蓝色为主色调，对整体起到很好的衬托作用，使得整个画面给人一种忧郁、悲伤的气息。

6.4.3 配色方案

双色配色



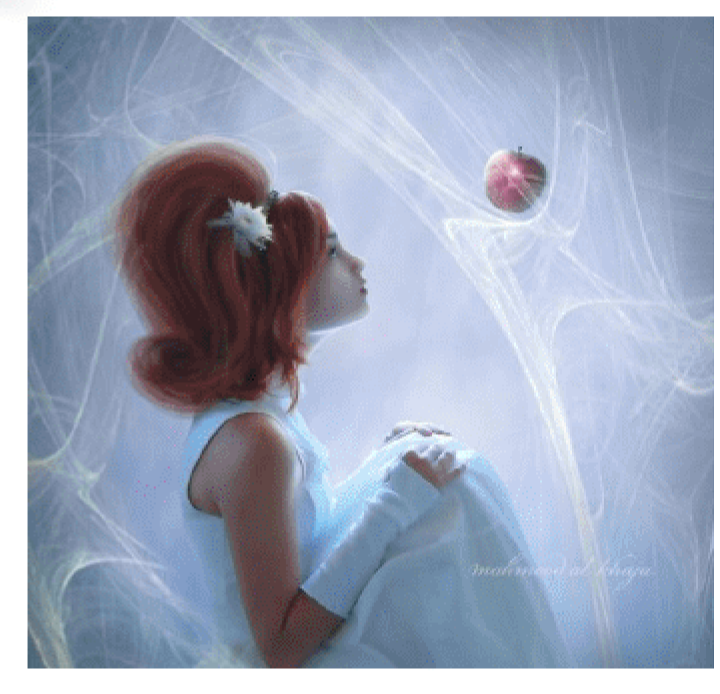
三色配色

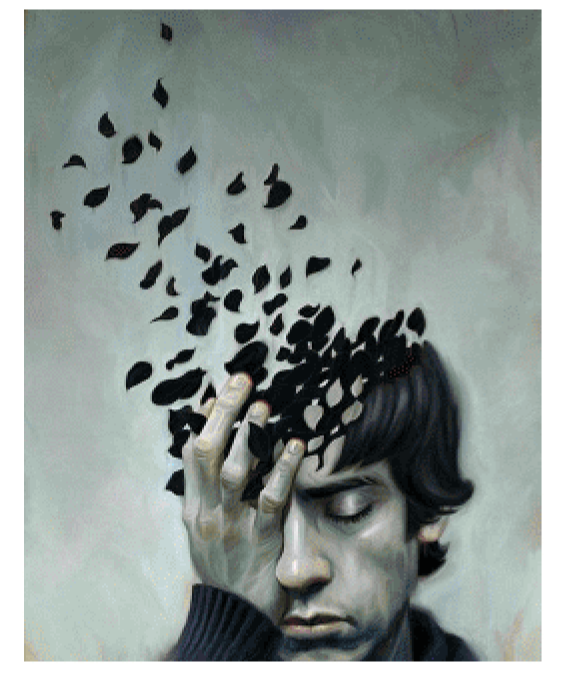


四色配色



6.4.4 忧郁感设计赏析

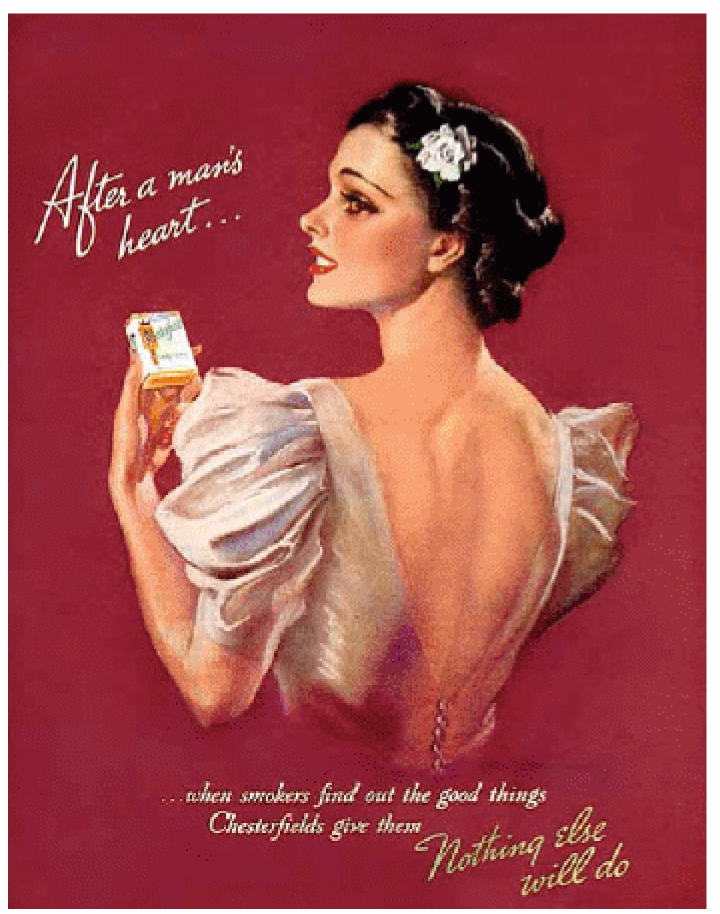




6.5 复古

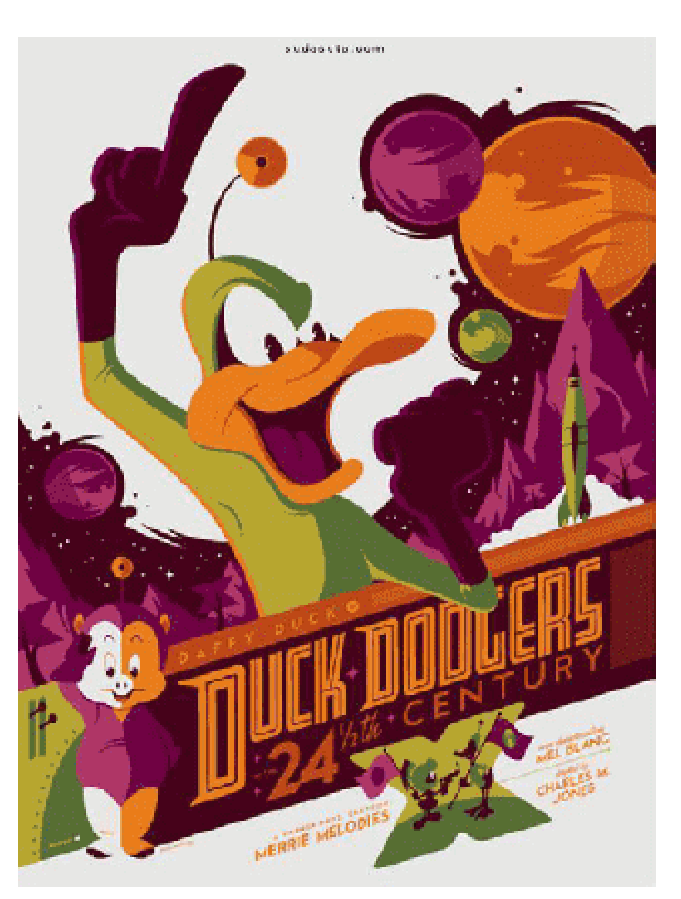
复古风格的设计作品常传递着一颗怀旧的心，多采用复古的色彩元素展现出一种复古的、有年代感的情绪。但需注意复古并不代表古板、土气，而是一种引领复古潮流的新风尚。

复古风格的设计常采用如黄棕色、红色、黄色、孔雀石绿等颜色，给人一种年代感，容易树立历史悠久、岁月沉淀、永恒经典的形象。





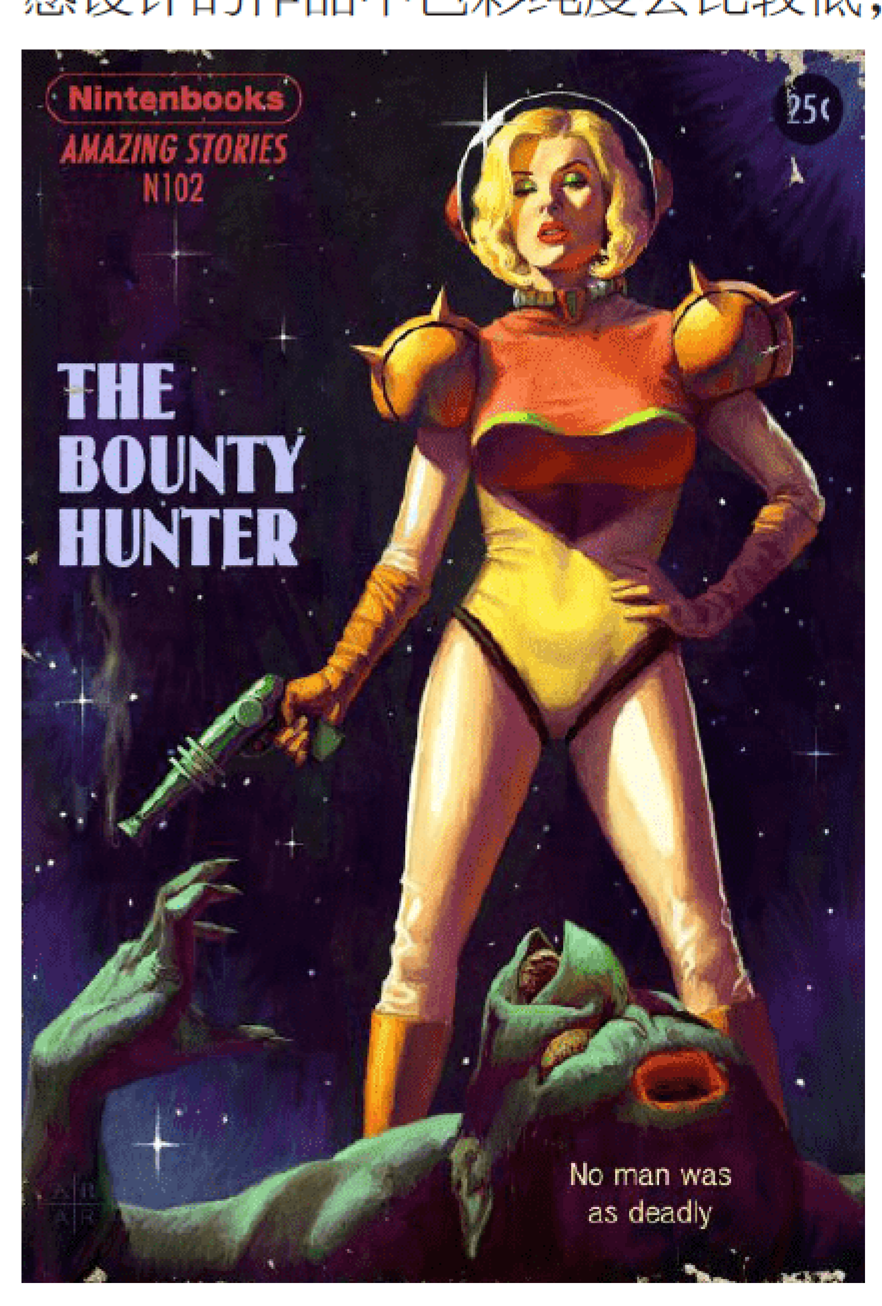






6.5.1 复古感设计

复古风格的设计具有传统与怀旧的迷人气息，它展现了历史的沧桑和特有魅力。优秀的复古风格设计可以带动人的思维，让人们有一种回到过去的即视感。通常复古感设计的作品中色彩纯度会比较低，模拟经历了时间推移后的褪色效果。



设计理念：这是复古风格的游戏宣传海报设计。在《银河战士》女主角萨姆斯身上还能依稀看到玛丽莲·梦露的身影，人物造型十分性感，整体画面具有穿越时空的错乱感。

色彩点评：作品以低明度午夜蓝做背景，结合孔雀石绿色，画面整体色彩纯度较低。但是人物使用了小面积的鲜艳铬黄色，会产生画面的前后层次和空间感。

1 画面层次有序，通过对色彩纯度位置的设置，产生空间感。高纯度视觉向前，低纯度视觉向后。

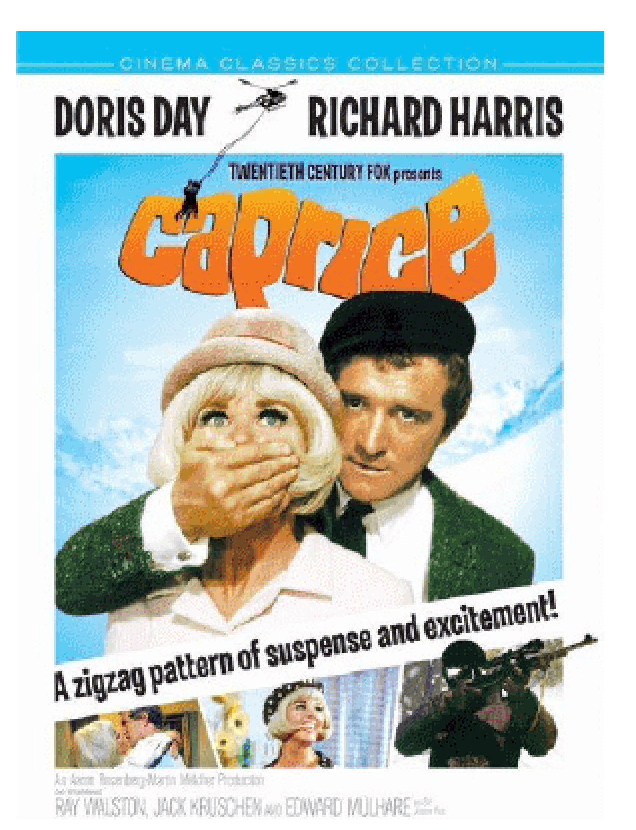
2 美女与怪兽的搭配，创意感十足。

RGB=31,14,33 CMYK=86,94,70,62

RGB=252,239,57 CMYK=8,4,80,0

RGB=108,162,104 CMYK=63,24,70,0

RGB=238,113,57 CMYK=7,69,78,0



这是美国喜剧片《雌雄双谍》的宣传海报设计。直接截选电影情节中的一个镜头为海报主体部分，采用扭曲的个性风格字体的主题文字，画面整体极具轻松效果。

RGB=33,192,234 CMYK=68,5,11,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=44,82,43 CMYK=84,57,99,29

RGB=238,202,168 CMYK=9,26,35,0

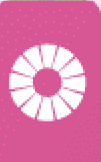
RGB=242,116,32 CMYK=4,68,88,0



这是一款香水的复古海报设计。整体画面采用做旧的形式，规整的文字摆放在旧纸张上，充满年代感。

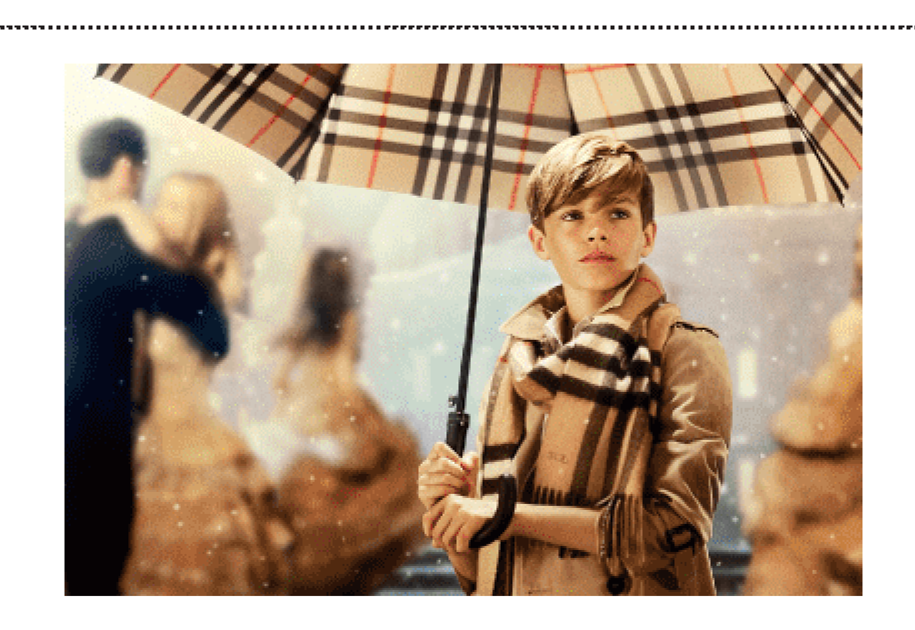
RGB=234,214,151 CMYK=13,18,47,0

RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80



6.5.2 复古感设计技巧——黄褐色的应用

黄褐色是非常朴实而常见的颜色，如泥土、朱古力、咖啡等。在设计作品中使用黄褐色，可以产生浓浓的复古气息。

	
该案例为某免税店的展示陈列设计。本作品采用原木色作为空间设计的主色，具有怀旧气息。加上展示架与展示柜组合的形式进行商品陈列，使空间看起来既干净又整齐。	这是英国巴宝莉品牌拍摄的微电影中的某个镜头。整体怀旧而温暖，画面中人物身着品牌特有图案的围巾，手持雨伞，呈现在观者面前的是一位独具魅力的绅士。

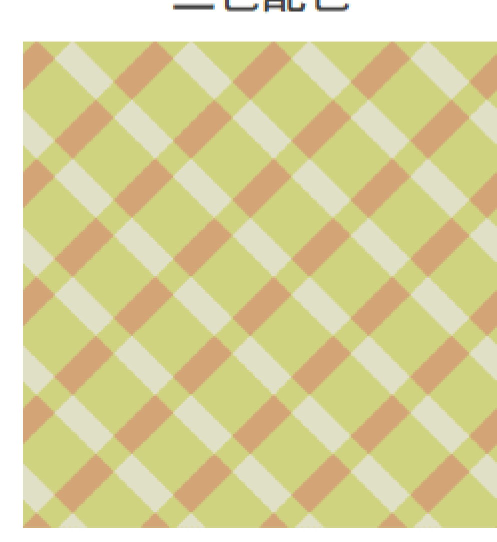
6.5.3 配色方案



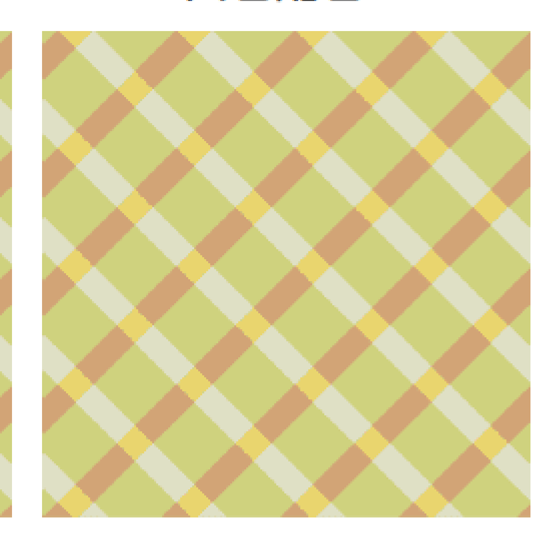
双色配色



三色配色



四色配色



6.5.4 复古感设计赏析





6.6 浪漫

浪漫是一种极具幻想、诗意的美妙感受。通过颜色的变幻，能给人带来更多想象的空间和浪漫气息。浪漫风格的设计在颜色选择上，通常会选用紫色、粉色和玫红色等热烈而又倾向于女性化的颜色，会给人一种魅力、优雅、柔美的感受。

浪漫风格的设计通常很受女性的欢迎，情侣、恋爱中的人同样是这种风格产品的受众群。这也就决定了它所涉及的领域，包括香水、化妆品、饰品、服装、甜点、家装等。

特点：

- 浪漫风格的作品画面整体通常较为柔美、优雅。
- 多用紫色、粉色、白色和玫红色等女性化颜色。
- 在画面中添加一些情节，能引起人更深层次的遐想。













6.6.1 浪漫感设计

浪漫风格会带给人们一种梦幻、优雅、富有诗意的视觉感受。通常会选用粉色、紫色、玫红色等热情的颜色，营造出浪漫、华丽、优雅、高贵的氛围。



设计理念： 这是北美爱情片《遇见你之前》的宣传海报设计，男女主角互相对视并充满爱意的微笑，加上柔光的背景相结合，具有爱情的浪漫氛围。

色彩点评： 作品采用红色、蓝黑色为主色调，展现出这对恋人之间的浪漫情调。

1. 红色、蓝黑色的主调搭配暖调的灯光黄，给人一种柔美、浪漫的感觉。整个画面温馨而又甜蜜。
2. 美好的爱情形象，易满足观者的内心欲望。

RGB=207,207,207 CMYK=22,17,16,0
RGB=239,216,164 CMYK=10,18,41,0
RGB=232,64,79 CMYK=10,87,60,0
RGB=33,39,55 CMYK=89,84,64,46



这是一款情人节主题的甜品设计。该甜点造型并不复杂，但在颜色的选择上却给人一种甜蜜、浪漫的感觉。这些精致的甜品设计可在情人节表达心意，也适合当婚礼甜品。

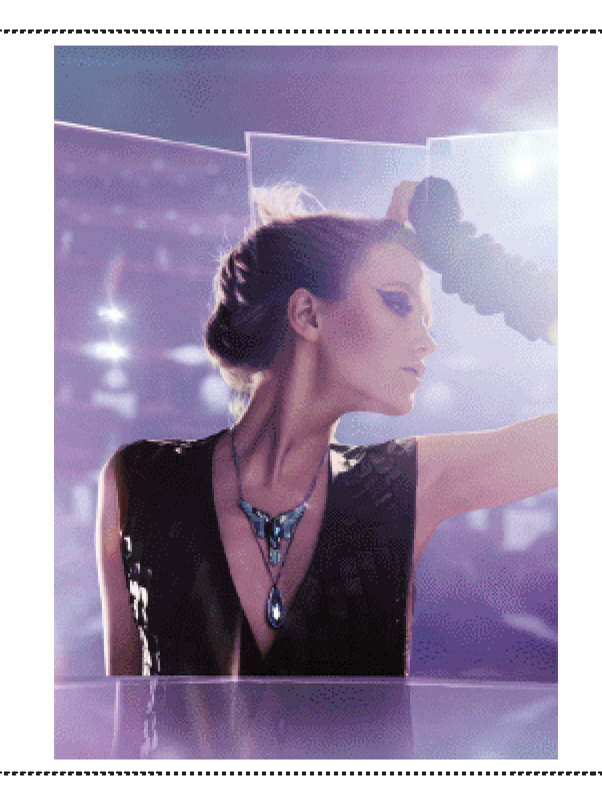
RGB=248,227,234 CMYK=3,16,4,0
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=245,114,165 CMYK=4,69,9,0
RGB=232,118,126 CMYK=10,67,38,0
RGB=234,59,114 CMYK=9,88,33,0

整体空间采用丁香紫为主基调，精美的床幔是女孩无法抗拒的柔情，搭配别致的装饰，使整个空间极具浪漫的气息。

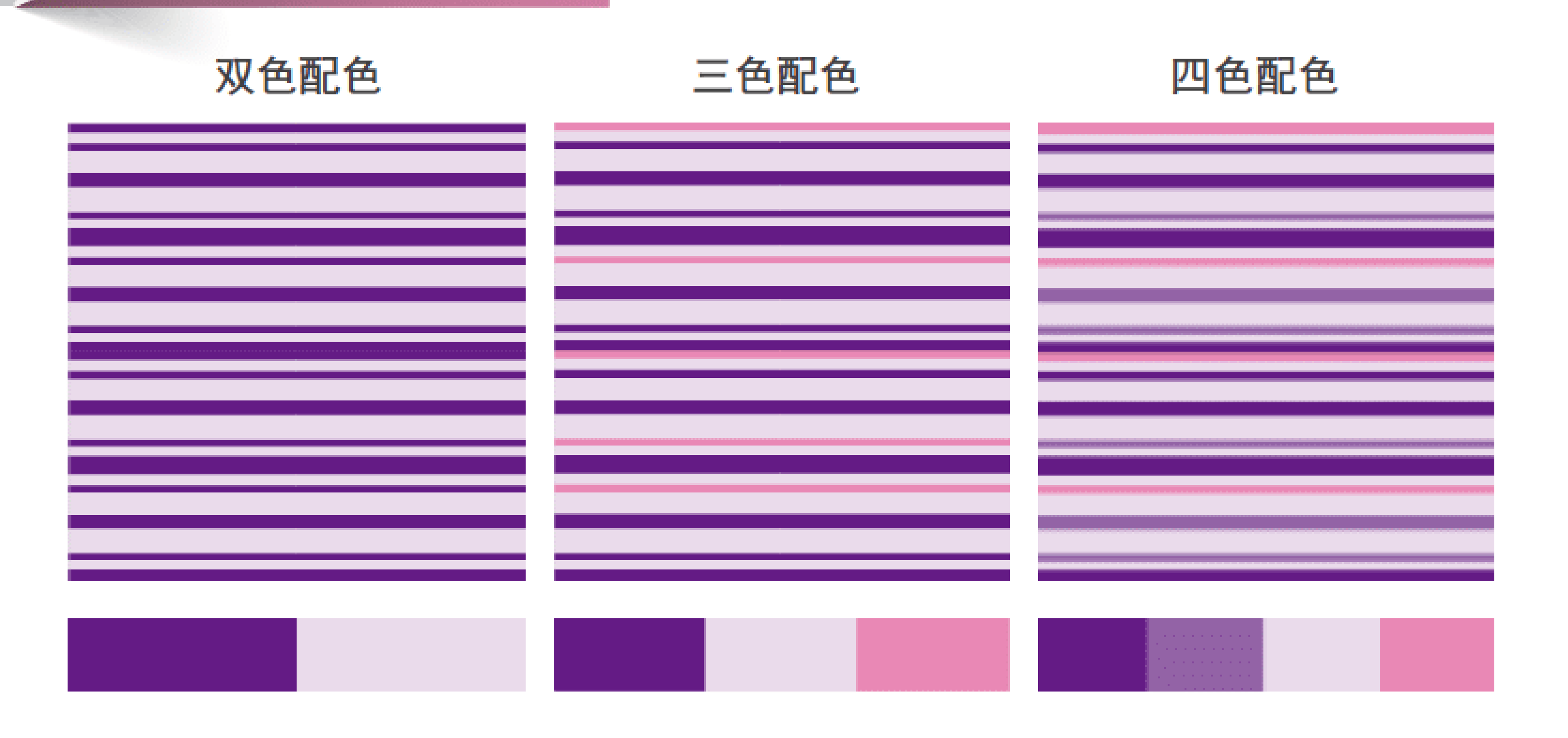
RGB=152,128,186 CMYK=49,54,5,0
RGB=234,226,221 CMYK=10,12,12,0
RGB=198,174,198 CMYK=27,35,11,0
RGB=130,148,183 CMYK=56,39,18,0
RGB=99,40,131 CMYK=76,97,16,0

6.6 2 浪漫感设计技巧——添加浪漫元素

为了使作品的浪漫感更强烈，通常在作品中添加一些常见的浪漫元素，如雪花、雨滴、花瓣、光晕等效果。这些元素可以辅助作品产生更唯美、浪漫的感觉。

	
这是英国爱情片《逐爱天堂》的海报宣传设计。画面中男女主角在雪中拥吻的画面，烘托出甜蜜、浪漫的氛围，也给观者留下了充满梦幻的爱情遐想。	这是一幅展示服装饰品的摄影作品。该饰品整体造型都镶有翠蓝色水晶，且以展翅的造型表现妩媚气质，加上高亮的光晕，为画面赋予了朦胧、浪漫的气息。

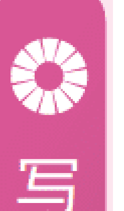
6.6.3 配色方案



6.6.4 浪漫感设计赏析







6.7 坚硬

坚硬风格的设计作品多以深色色调为主，常使用黑、白、灰色为主基调，搭配少许较低明度的蓝色、红色、黄色、绿色等，整体色调偏冷，给人沉稳、冰冷、坚硬的视觉感受。

坚硬风格的设计作品通常要表现稳定、坚固、冷酷、低沉等的特性，所以坚硬风格的设计大多数用于电子产品、汽车、眼镜、服装、护肤品、烟酒等。

特点：

- 整体色调明度偏低，给人稳固的视觉效果。
- 画面作品常与坚硬的属性结合，如尖锐、金属等。
- 为避免单色画面带来的沉重感，可以适度使用低明度的纯色。







6.7.1 坚硬感设计



设计理念：这是一幅数字插画作品。画面中人物与冰刃相结合，是通过数字摄影基础和电脑辅助绘画软件等进行创作的。

色彩点评：画面整体色调采用不同明度的石青色为主色调，给人沉着、冷静的感觉。配以蓝黑色的眼影，给人坚硬、冰冷、深邃的感受。

1 作品镜头感十足，人物严肃的表情给人强烈的视觉冲击力。

2 人物造型十分炫酷，加上特效的修饰，冰冷、刺骨之感油然而生。

3 人物造型独特加上良好的色彩搭配，让整个画面显得炫酷十足，增加了画面的感染力。

RGB=3,10,18 CMYK=94,88,79,72

RGB=28,146,182 CMYK=78,32,24,0

RGB=230,240,242 CMYK=12,4,6,0



这是一款汽车的创意广告设计。整体画面采用淡淡的紫色调，给人高贵、大气的感觉。而画面中汽车的角度与造型都具有很强的画面感。从开启的车门中伸出的一只大象腿，侧面表现出该汽车容量大、坚固稳定的品质。

RGB=240,237,229 CMYK=8,7,11,0

RGB=172,133,92 CMYK=40,52,67,0

RGB=241,222,181 CMYK=8,15,33,0

RGB=186,120,73 CMYK=34,61,76,0

RGB=32,38,46 CMYK=87,81,69,52



这是一款枪战类游戏的宣传图。整个画面呈现一种红黑色调，子弹与盾牌均为偏向紫红的深灰色，显得十分坚固。元素摆放的位置以及角度十分动感、气势恢宏，犹如黑暗骑士破土而出。

GB=25,15,16 CMYK=83,85,83,71

RGB=60,51,52 CMYK=75,75,71,44

RGB=150,117,116 CMYK=50,58,50,0

RGB=232,53,28 CMYK=9,91,93,0

6.7.2 坚硬感设计技巧——多一抹彩色点缀

坚硬感风格的设计颜色大多偏暗，容易给人沉闷、死板、机械化的感觉。所以在设计时多一抹亮色以吸引人的眼球，同时让整个画面更加生动。



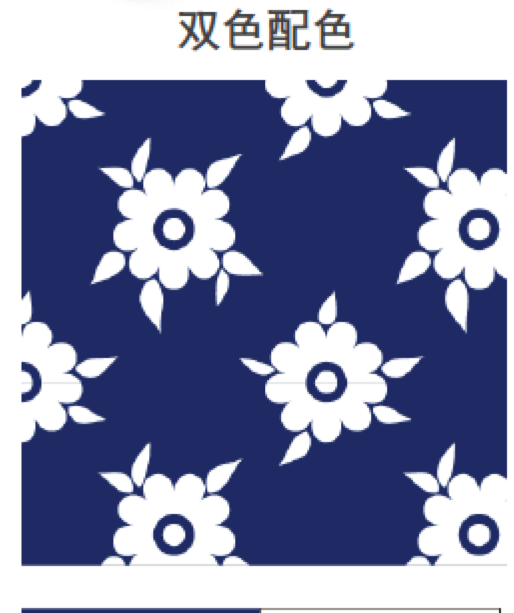
这是一款运动鞋的广告设计。画面采用蓝黑色为主色调，搭配橘色点缀色。让整个画面不再灰暗，而运动鞋在玻璃上行走的创意，给人一种强硬、结实的感觉。



这是一款汽车的创意广告设计。将汽车倒置在自行车上，上下分别有两个世界，非常有趣。画面采用灰色调为主色调，车身采用暗调的橘红色，这种颜色的出现使得画面更具有活力。

6.7.3 配色方案

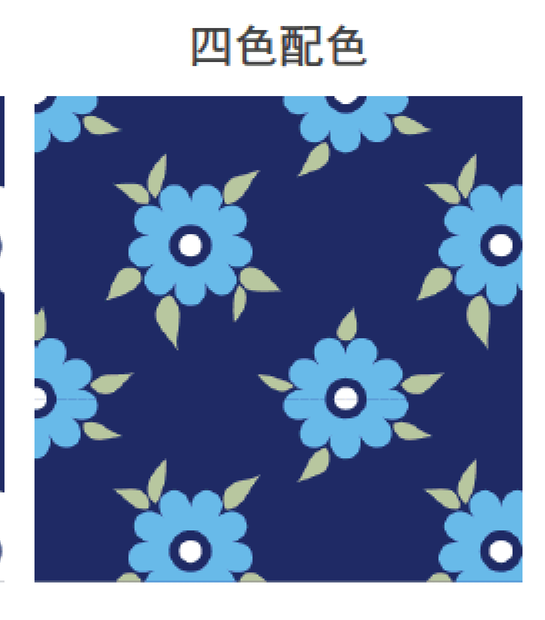
双色配色



三色配色



四色配色



6.7.4 坚硬感设计赏析





6.8 喧闹

喧闹感的画面通常会采用繁多的颜色搭配丰富的画面元素。这样的搭配会给人一种热闹跳跃的感受，让人产生眼前一亮、目不暇接之感。

特点：

- 喧闹感的画面通常有强大的视觉吸引力。
- 画面包含的颜色丰富且色差较大。
- 构成画面的元素较多，且搭配在一起十分和谐、统一。













6.8.1 喧闹感设计

喧闹感设计多是以大量小元素重复多次使用，让画面更饱满。同时在色彩搭配方面用色丰富，不再局限于几种颜色，可以是十种，甚至更多。但要达到杂而不乱的效果，就要合理配色。给人的感觉要舒适、轻松，且具有醒目、喧闹的视觉效果。

设计理念：这是一款太阳眼镜的创意广告设计。该眼镜设计的主题是“别隐藏自己”。整体画面是由不同形状的色块以及不同图案的元素构成人物形象及背景，给人一种细节饱满的视觉感。

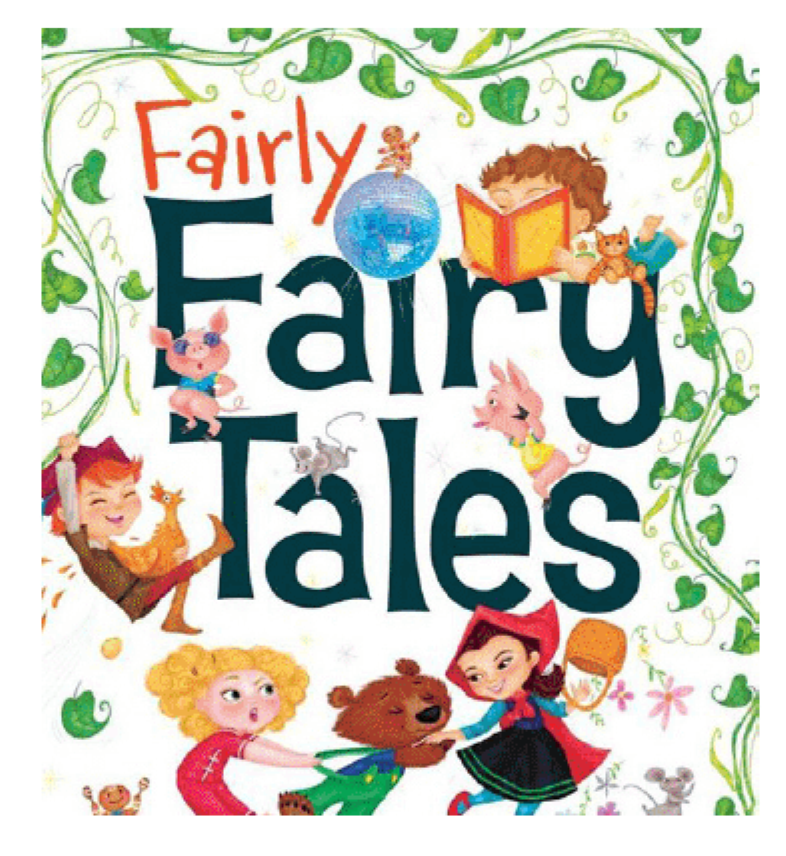
色彩点评：色彩上使用了许多不同色相的颜色，且色彩搭配和谐，使画面热闹而又饱满。

1 严谨、精致的构图很符合大众对广告设计的期望，让观者产生兴趣感。

2 让人领悟到戴墨镜并不是一种为了隐藏自己的举动，而是为了在人群中更加凸显自己的个性。

3 标题文字的用色与图形元素相搭配，整体画面和谐统一。

RGB=237,6,120 CMYK=7,95,22,0
RGB=34,100,176 CMYK=86,61,7,0
RGB=254,242,0 CMYK=8,2,86,0
RGB=1,160,78 CMYK=79,17,89,0



这是秘鲁儿童书籍的封面设计。该封面采用了书中的不同故事的插图，具有趣味性。卡通人物、有趣的植物元素，以及大型的文字交叉排列在一起，加上多彩的颜色搭配，更利于吸引读者。

RGB=45,168,101 CMYK=75,13,76,0
RGB=5,55,62 CMYK=94,73,67,40
RGB=253,52,71 CMYK=0,89,63,0
RGB=248,198,83 CMYK=7,28,72,0
RGB=238,143,51 CMYK=8,55,82,0



这是一个摇滚音乐《颓废》的专辑封面设计。画面中采用不同色调绘制出不同形态的怪兽形状，整体画面给人一种喧闹、释放的视觉感受。

RGB=64,169,188 CMYK=71,19,28,0
RGB=214,221,143 CMYK=23,8,53,0
RGB=195,41,103 CMYK=30,94,41,0
RGB=232,109,31 CMYK=10,70,91,0
RGB=146,39,143 CMYK=55,94,5,0

6.8.2 喧闹感设计技巧——用色丰富

用色丰富是喧闹感设计的一个主要特征，但色彩的选择也不能盲目求多。可以使画面配色具有一定的跳跃性，给观者留有充分的想象空间。通常，观者对画面的注意值与画面的色彩吸引力度成正比，画面形象越繁杂，给观众的感觉越丰富。



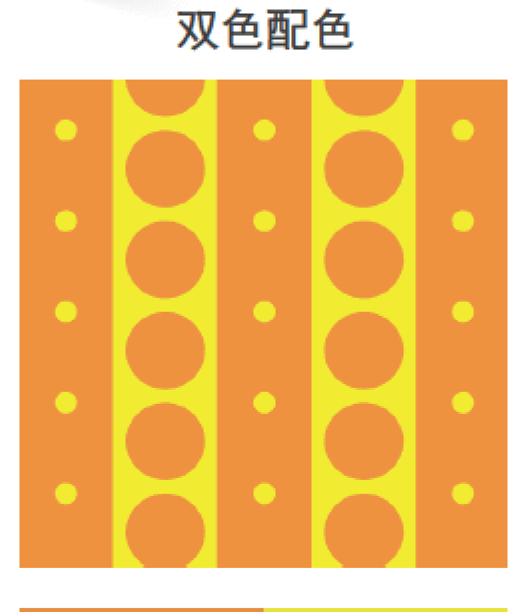
这是关于比萨速递的创意广告设计。作品整体用色鲜艳、华丽，十分有个性。女孩们惊讶地看着速递员，也体现该快递的快速送餐的特点。



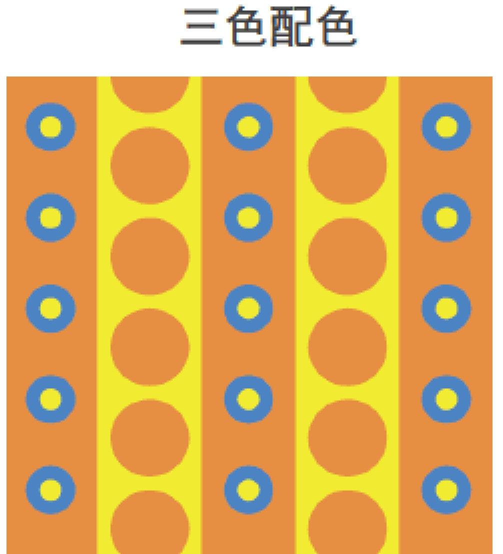
这是一款汽车的广告。整体画面由不同的生活瞬间组成，极具动感和空间感且用色丰富，视觉冲击力强，吸引人的眼球。也从侧面衬托出该汽车的综合性能，可以在生活中的各个场合使用。

6.8.3 配色方案

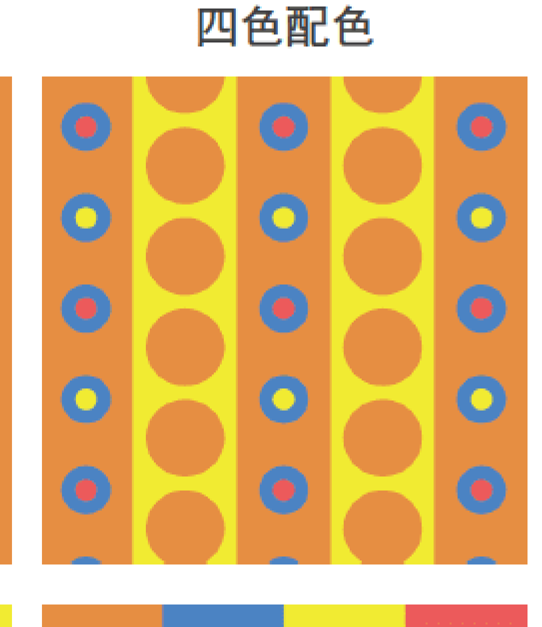
双色配色



三色配色



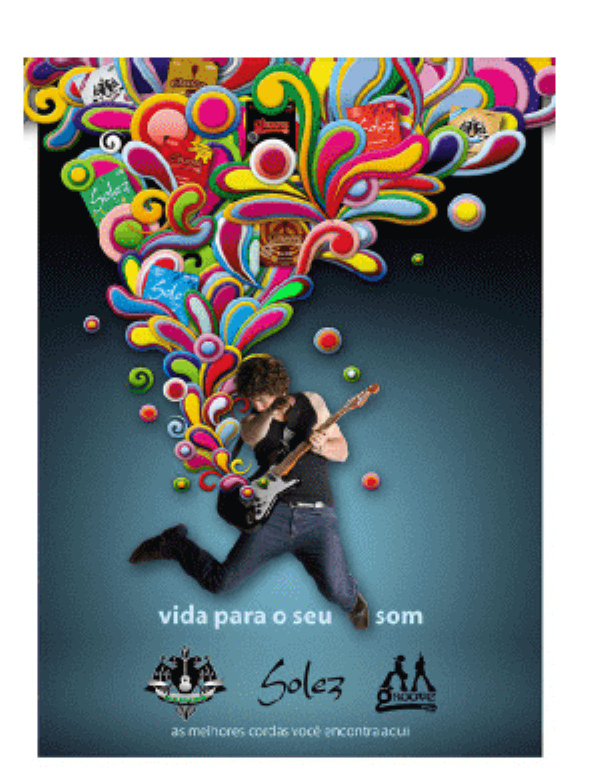
四色配色



6.8.4 喧闹感设计赏析







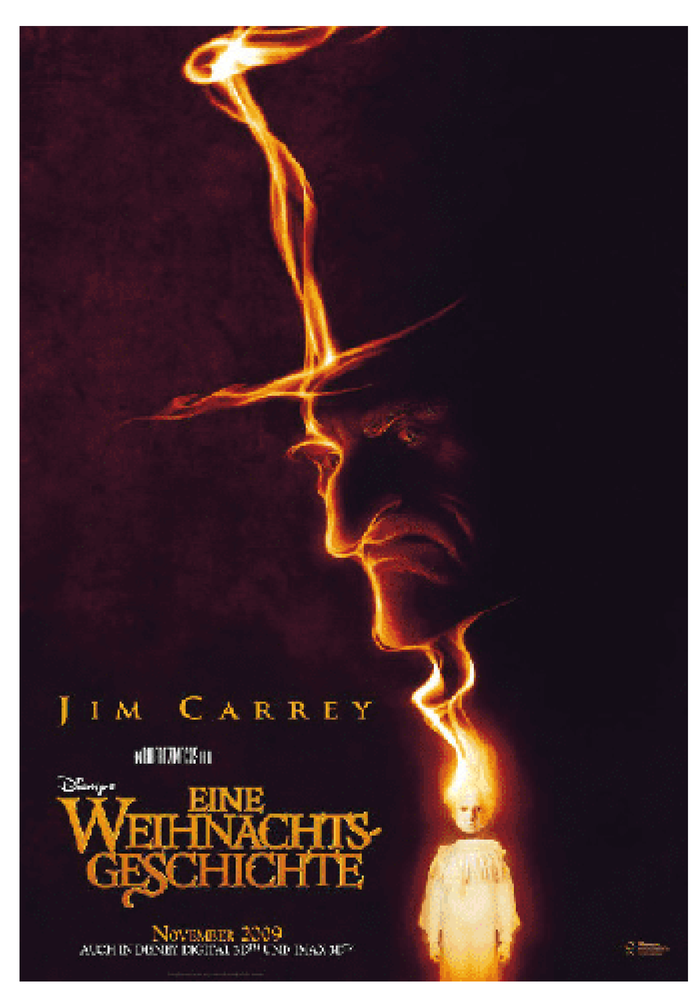
6.9 神秘

神秘感就是让人捉摸不透且高深莫测的感觉。而在营造神秘感风格时通常选用冷色调的颜色，例如紫色、蓝色等。神秘感设计方案往往可以通过色彩来传达所要呈现的内容，再采用文字与图形对其详细描述，吸引人的注意、打动人的内心。

特点：

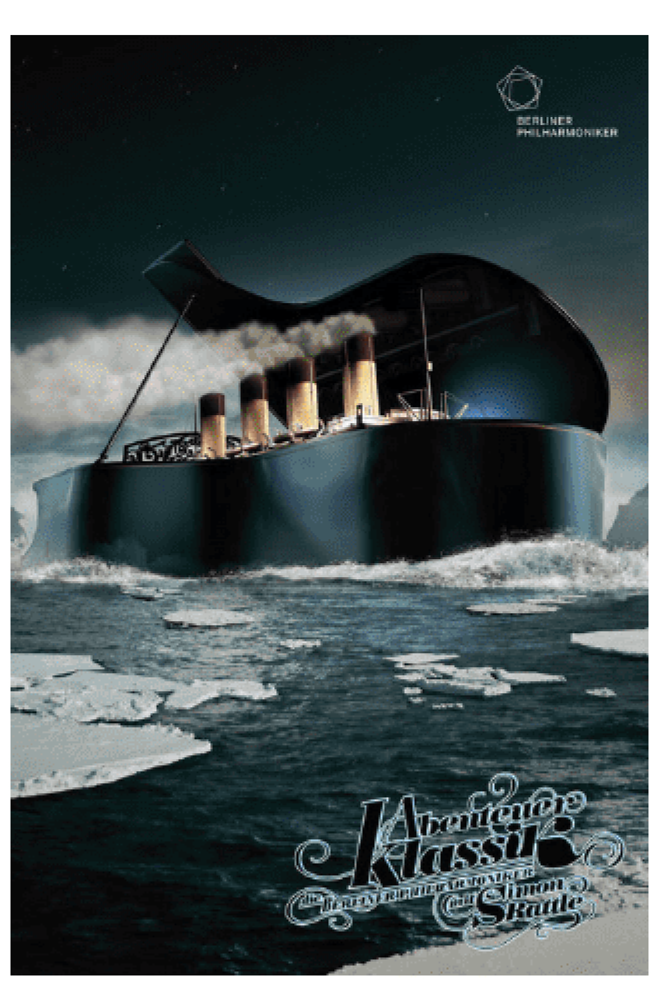
- 神秘感通常具有强烈的独特性、创新性，过于普通的创意无法使人产生好奇心。
- 神秘感具有让人过目不忘的视觉吸引力。
- 一般会用明度不高的色彩来表现神秘。











6.9.1 神秘感设计

神秘感设计一般会用诡异、邪恶、离奇的元素来体现神秘，且多以图形的重叠技术使人们感觉半梦半醒、似真似幻的视觉效果。



设计理念：这是惊悚电影的宣传海报。采用经典的西方死神的脸部与锋利的尖刀相结合，构成了这部经典恐怖片的海报。

色彩点评：画面采用大面积黑色为主色调，以红色为点缀色，黑夜和鲜血的颜色给人强烈的视觉冲击。而神秘、诡异的颜色，更能吸引年轻人的目光。

1 死神面具与尖刀的结合，营造出恐怖的氛围。

2 将字母“M”设计成尖锐的形状，极具创意也与整体画面相呼应，使得画面更神秘、恐怖。

RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80

RGB=151,152,146 CMYK=47,38,40,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=204,53,46 CMYK=25,92,87,0







这是蓝天伏特加的创意广告。美人鱼与产品的结合，神秘感十足。画面用色简洁，整体采用不同明度的深蓝色为主基调，留给人们更多的想象空间。白色的字体设计十分舒适、简洁，也起到稳定画面的作用。

RGB=28,34,58 CMYK=93,91,61,43

RGB=34,70,154 CMYK=93,80,10,0

RGB=44,89,133 CMYK=88,68,34,1

RGB=144,199,230 CMYK=47,12,8,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

这是圣诞节期间爱马仕的橱窗展示图。该产品带上翅膀给人一种自由、舒适的感觉，而星空玻璃的橱窗也是奢华至极，吸引人的眼球，整体画面充满魅力与神秘气息。

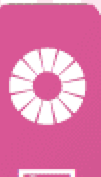
RGB=37,36,34 CMYK=81,77,78,59

RGB=8,25,71 CMYK=100,100,59,31

RGB=10,145,235 CMYK=77,36,0,0

RGB=156,116,91 CMYK=47,59,65,1

RGB=174,170,221 CMYK=38,34,0,0



6.9.2 神秘感设计技巧——色彩搭配简单相近

神秘感设计的色彩搭配方案有很多，不仅可以通过控制色调来营造氛围，还可以灵活运用色彩的视觉特征强调整体神秘气息。在设计过程中，画面中的色彩不宜过多，且最好是同色系和邻近色的渐变搭配，这样会使设计作品视觉感更柔和，变化更细腻，更能体现神秘感。

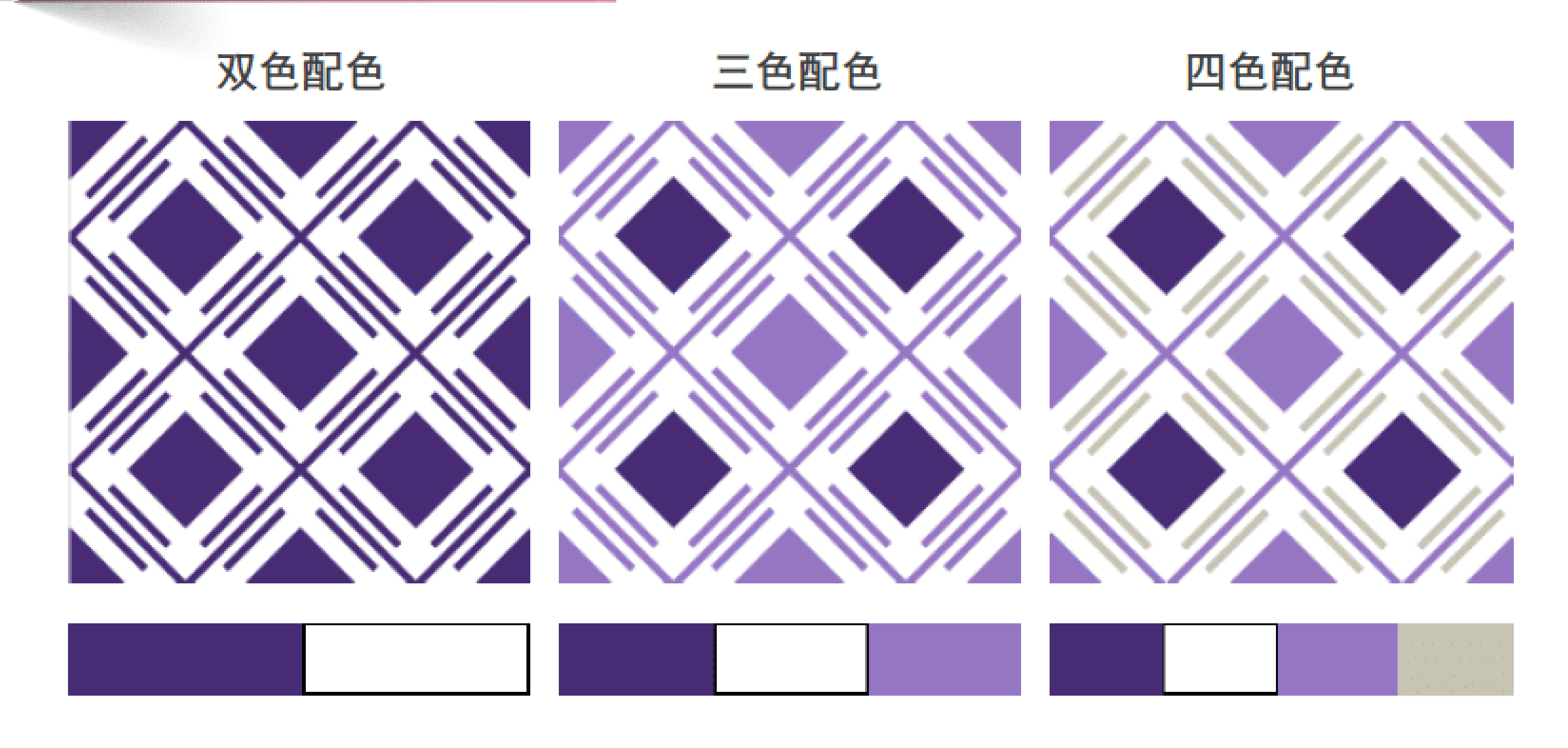


这是科幻电影的宣传海报。海报中男主角在墙壁上爬行的标志性蜘蛛侠动作和巨大的聚光灯似的光影效果结合起来，让整个画面神秘感十足。

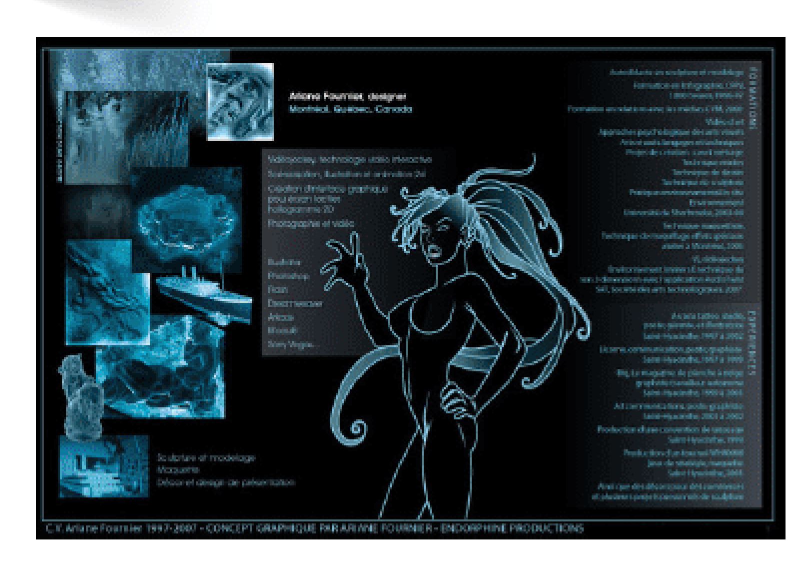


这是一个网页设计作品。整体画面采用青蓝色和午夜蓝相结合的相近色调为主基调，亮眼的青蓝色、橙色在午夜蓝的衬托下更耀眼，让整个网页充满神秘色彩。本作品打破了传统的网页设计，创意性十足，让人很想进一步探寻。

6.9.3 配色方案



6.9.4 神秘感设计赏析



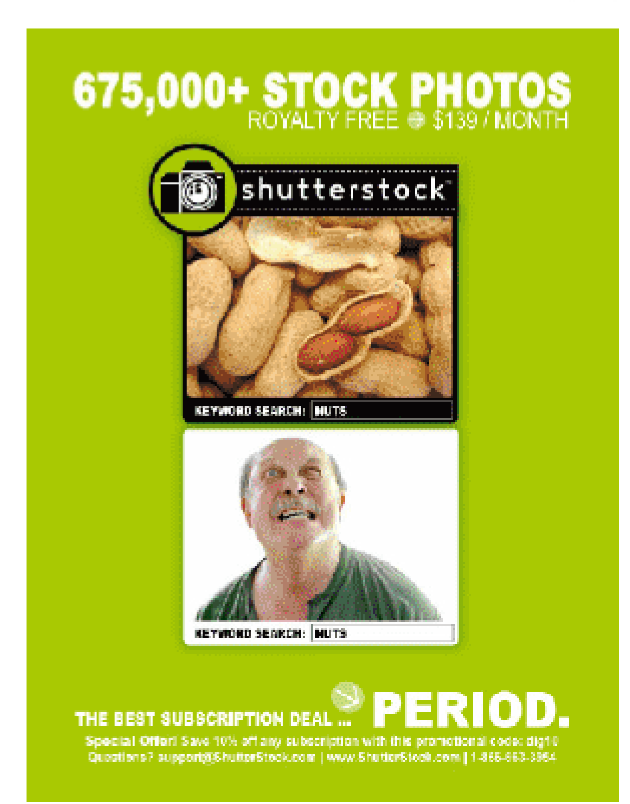


6.10 生机

提到生机感，人们常常会联想到花、草、树木这些具有生命力的绿色植物，而人们也经常用生机勃勃来形容这些植物。因此，在设计作品的制作过程中，要灵活运用植物作为元素，以表现生机感的景象。

特点：

- 一般用绿色为主体颜色来体现生机感。
- 生机感通常采用大自然中的元素构成画面。
- 生机感的画面通常需要具有令人耳目一新的独特创作特点。









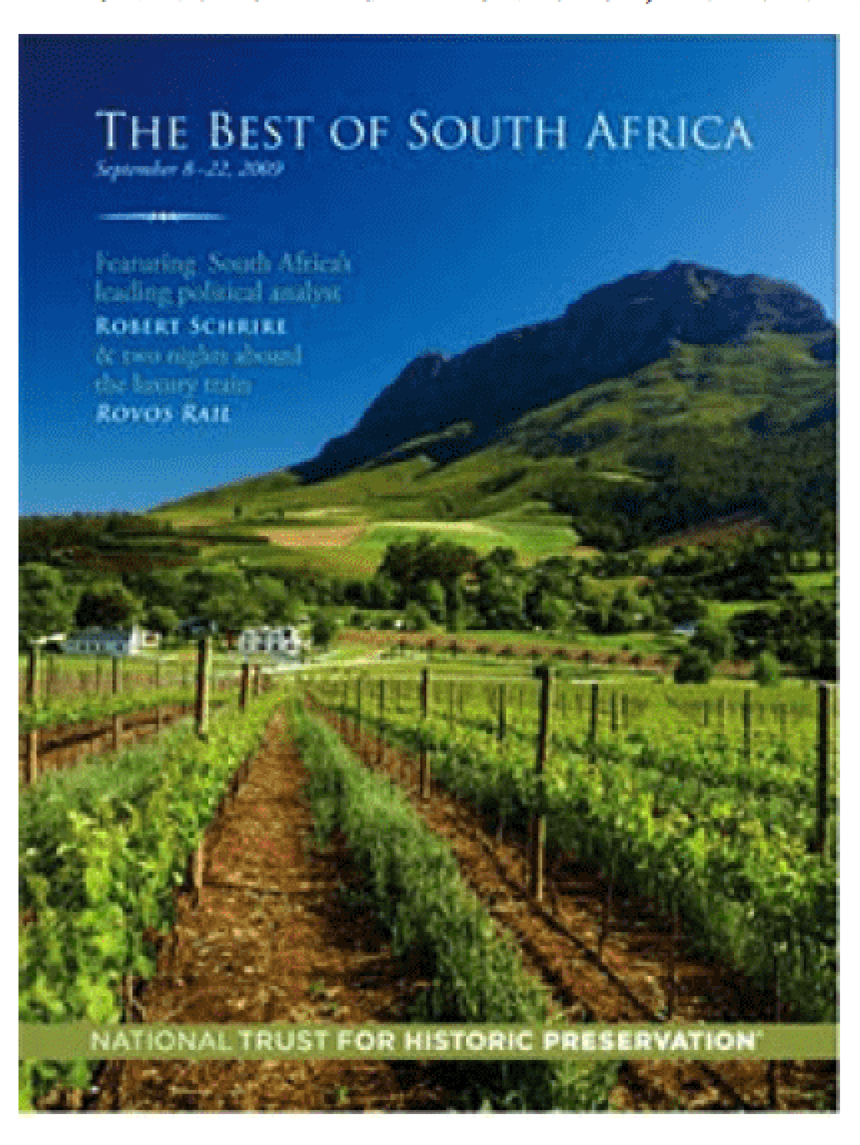






6.10.1 生机感设计

生机感的设计作品让人第一眼看到就比较放松，它给人空灵、自由、开阔等感受，以自然色吸引人的目光，让人心神向往。 而生机感的代表色是绿色，因此纯粹的绿色经常出现在生机感设计中，以唤醒人们的希望与梦想。



设计理念：这是一则旅游宣传广告设计。画面以田间的自然风光为主，画面具有空间感、层次感，给人无比开阔的感受。

色彩点评：作品以绿色、蓝色为主，给人自然、生机的心理感受。

1. 绿色的层次丰富，为画面制造空间感。
2. 标题精致的文字，增加了画面的感染力。
3. 版面下端文字以低明度的绿色做背景，与画面形成分隔的效果，但色调与整体画面和谐统一，给人以清新、自然的视觉享受。

RGB=85,126,24 CMYK=73,43,100,3
RGB=43,57,32 CMYK=81,66,95,48
RGB=4,89,169 CMYK=91,67,8,0
RGB=191,207,103 CMYK=34,11,70,0



该案例为现代风格的室内设计。空间装饰品采用苹果绿作为主色调，既有个性，又能放松眼睛。而宽敞的落地窗，一眼就能看到外边的风景，让人视野开阔。整个空间十分明亮、鲜活、富有生机感，且给人身心平衡的感受。

RGB=190,20,176 CMYK=31,17,34,0
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=190,235,74 CMYK=35,0,78,0
RGB=167,142,76 CMYK=43,45,78,0



在这套系列作品中，画面多采用草绿色为主色，春意十足，给人生机、喜悦、满足的感受。加上绿色和白色的文字相组合，使得整体画面具有和谐统一的美感。

RGB=135,175,50 CMYK=55,19,95,0
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=82,106,30 CMYK=73,51,100,13

6.10.2 生机感设计技巧——立意明确

生机感设计最大的特点就是绿色健康，画面立意明确、浅显易懂，多用于表现积极向上的主旨，常用于食品、旅行、房产等方面的产品广告中。



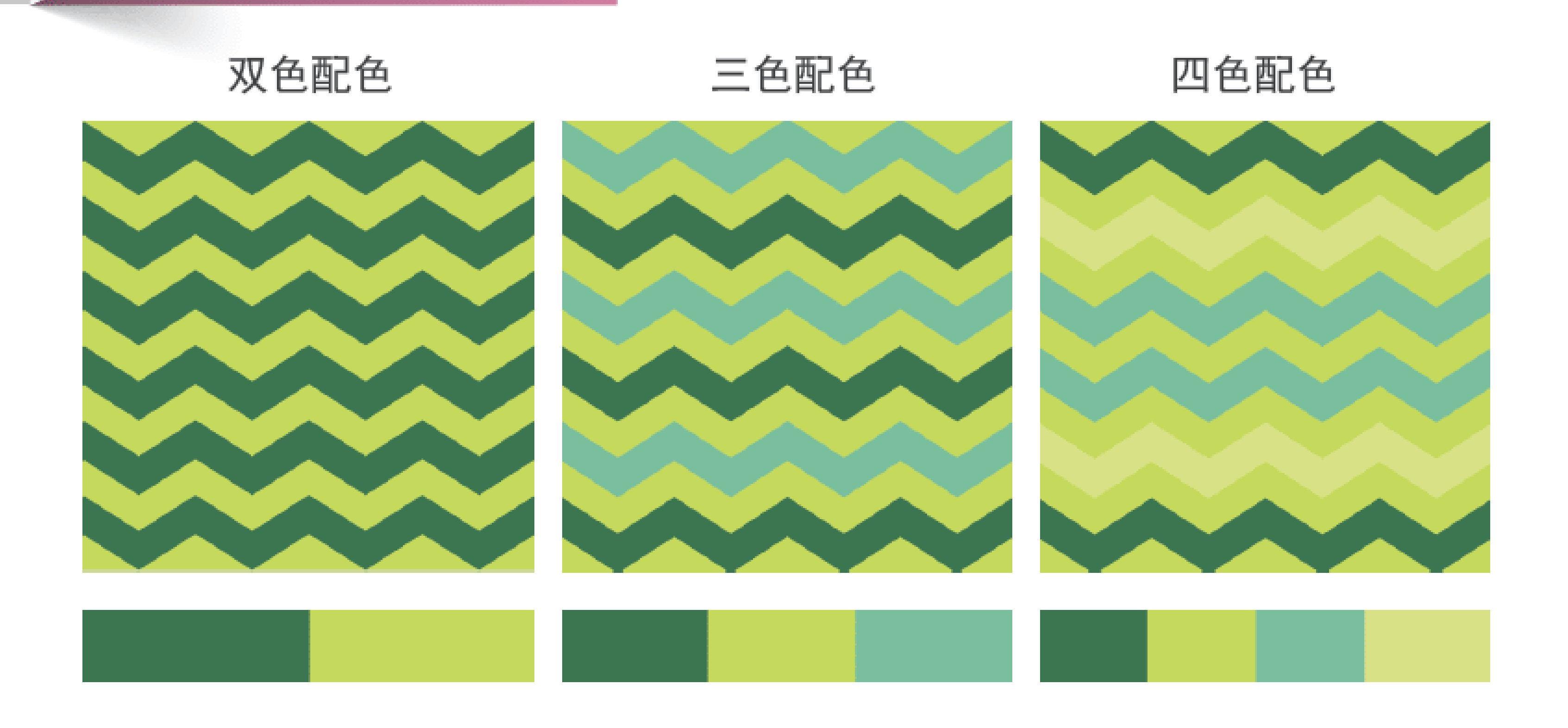
这是一则航海旅游的创意海报。画面整体以矢量图形和文字为主，简练的色块具有生动、自然的视觉效果。以青蓝色为主调，搭配黄色和绿色为点缀色，让整个画面清新且富有生机。



这是一款啤酒的创意广告设计。将向日葵拟人化，喝着啤酒的造型，创意感十足。而整体画面色调采用自然色为主基调，给人一种生机盎然的视觉感受。

6.10.3 配色方案

双色配色　三色配色　四色配色



6.10.4 生机感设计赏析







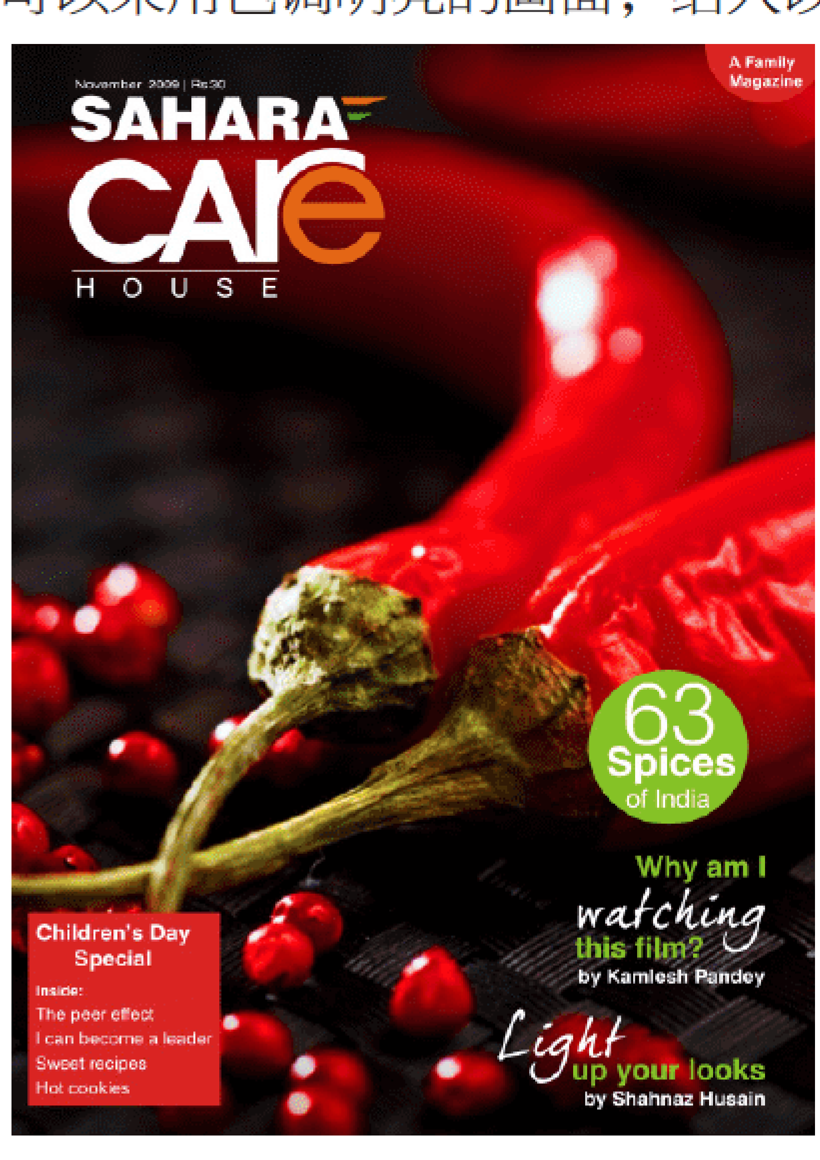
6.11 热情

热情，是一种热烈的感情，是指人在对待事物时所表现出来的热烈、积极、兴奋的态度。所以热情感设计就是对情感的强烈诉求。从设计的主题上寻找设计与人情感的关联点，这样才能收到良好的视觉效果。

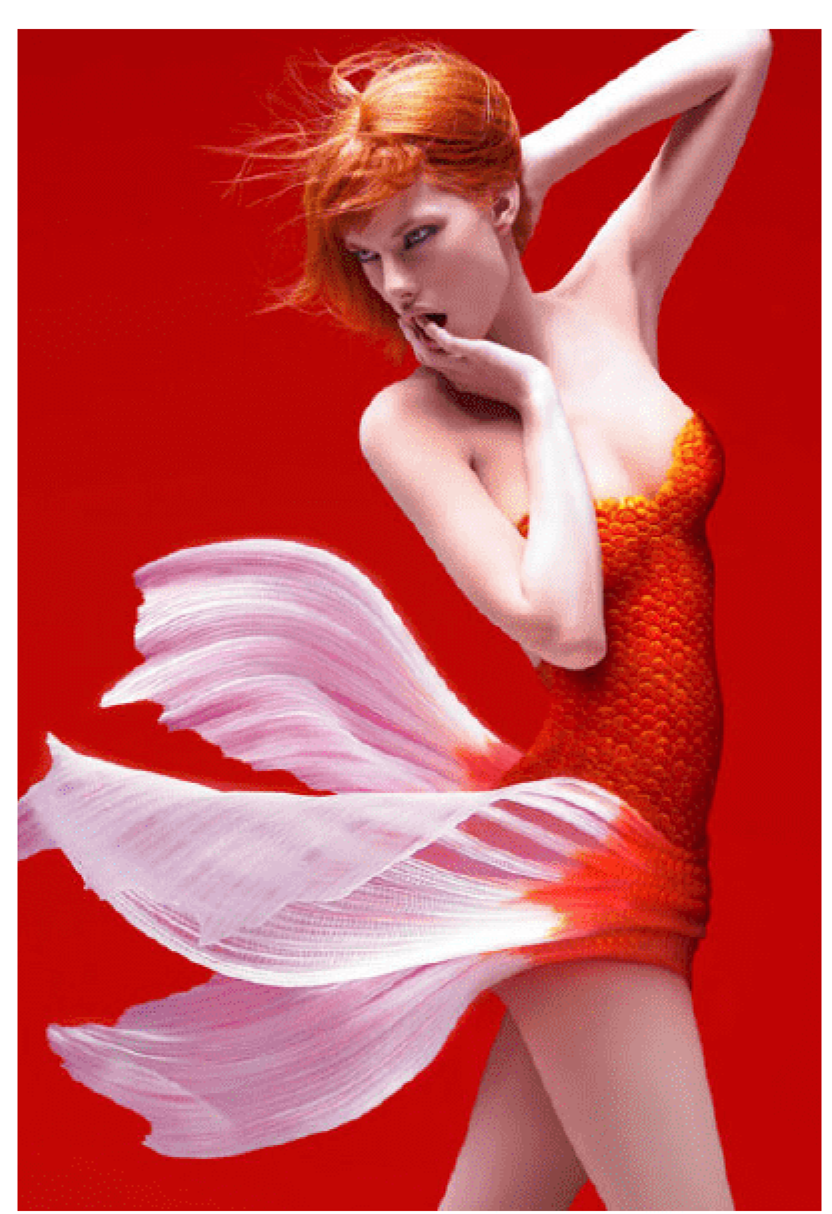
通常红色、橙色是表达热情的颜色，而热情感的设计所涉及的行业也比较广，如服饰、食品、化妆品、运动、汽车、旅游等。

特点：

- 表现热情的画面元素可以更具有动感。
- 热情充满了感性的色彩，容易让人接受，让人有亲近感。
- 可以采用色调明亮的画面，给人以热烈、华丽的视觉感。









6.11.1 热情感设计

热情感作品可以是五彩缤纷、极具动感的，也可以是颜色热烈、更加纯粹的。如果颜色过于丰富会给人强烈的热情感，可以让人身心都有释放的效果。而采用不同明纯度的单一色相颜色，同样也可以得到热情的感受，但要注意色相的选择。

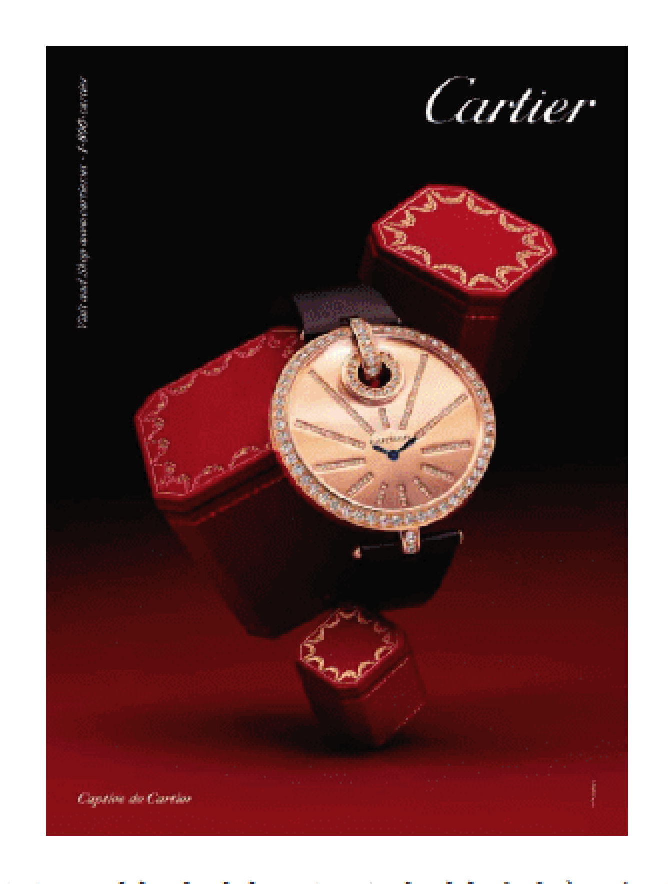


设计理念：这是一款创意海报作品。画面以不同明纯度的胭脂红为主色调，搭配金色为点缀色，而人物优雅的站姿，为整体画面增加了美感。

色彩点评：作品以红色为主色调，给人热情、华丽、活力的心理感受。

1. 不同明纯的红色，拉开了画面的层次感。
2. 特殊的主题字体，增加了画面的潇洒与个性。
3. 底层品牌 LOGO 文字与画面做了很好的分隔，同时又十分和谐。

RGB=234,94,105 CMYK=9,76,47,0
RGB=163,27,41 CMYK=42,100,94,8
RGB=251,193,90 CMYK=4,31,69,0
RGB=87,32,37 CMYK=59,91,79,46



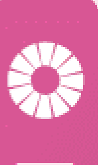
这是一款卡地亚手表的创意广告设计。作品背景采用暗调红色系渐变，而产品与礼盒的搭配，整体给人一种华丽、热情的视觉效果。右上角的白色品牌 LOGO 较为明显，也从侧面宣传了品牌形象。

RGB=7,7,7 CMYK=90,86,86,77
RGB=109,15,15 CMYK=53,100,100,38
RGB=159,19,30 CMYK=43,100,100,11
RGB=246,202,167 CMYK=5,27,35,0
RGB=79,54,57 CMYK=69,78,69,38



这是一款高端时装设计作品。这款服装采用威尼斯红为主基调，整体服饰洋溢着热情奔放的气息。服装材质选用薄纱，具有女性的柔美感，袖口处灯笼袖的设计凸显可爱，整体设计可爱又大胆。

RGB=250,61,21 CMYK=0,87,91,0
RGB=0,0,0 CMYK=93,88,89,80



6.11.2 热情感设计技巧——色彩明快

热情感设计技巧就是画面要具有丰富生动的色彩，使其更加具有吸引力与诱惑力，如果色彩太平淡会让人觉得无聊，提不起兴趣。

	
这是一则汽车的宣传广告设计。汽车从水中急速行驶，红色的车身热情而激烈，整体画面极具炫酷效果，给人一种激情、华丽的视觉感。	该案例为欧式风格的室内设计。朱红色的家具和地板搭配鲜红色的沙发，整体给人浓郁、炙热之感。

6.11.3 配色方案

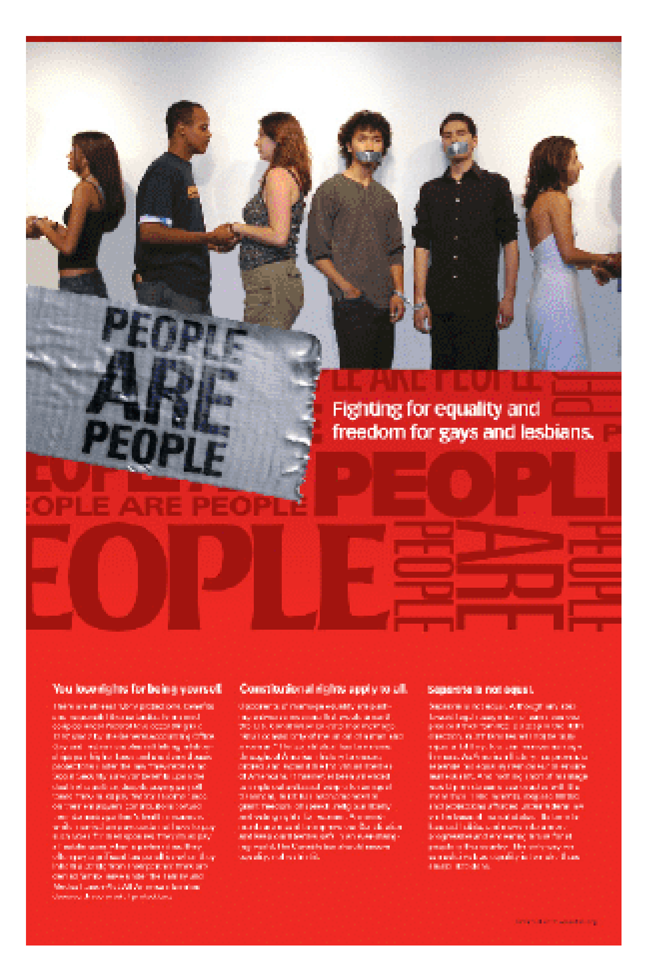
双色配色　　三色配色　　四色配色



6.11.4 热情感设计赏析







6.12 甜美

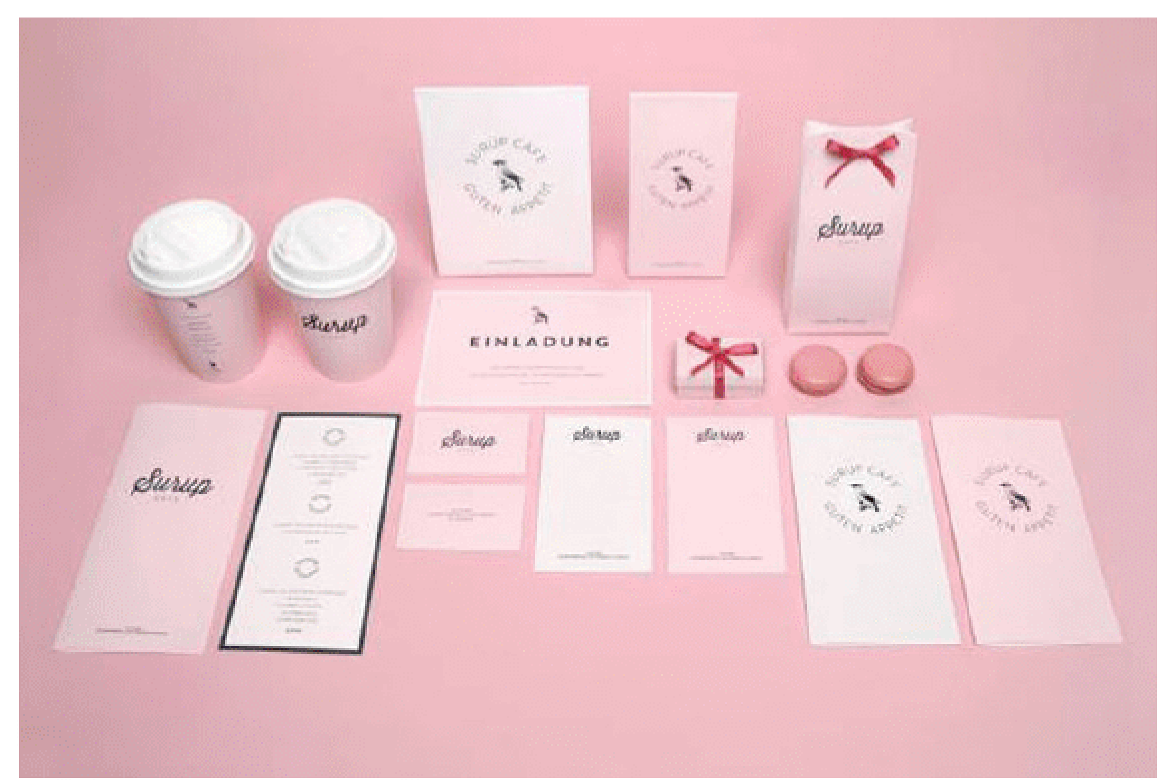
甜美是指能够使人感受到香甜气息的色彩印象，也指人的甜美可爱气质。而大多数甜美感设计的颜色会选用高明度的色彩，且通常表现甜美感的颜色是洋红色、粉色等。而甜美感的设计所涉及的行业也比较广，如服饰、食品、化妆品等。

特点：

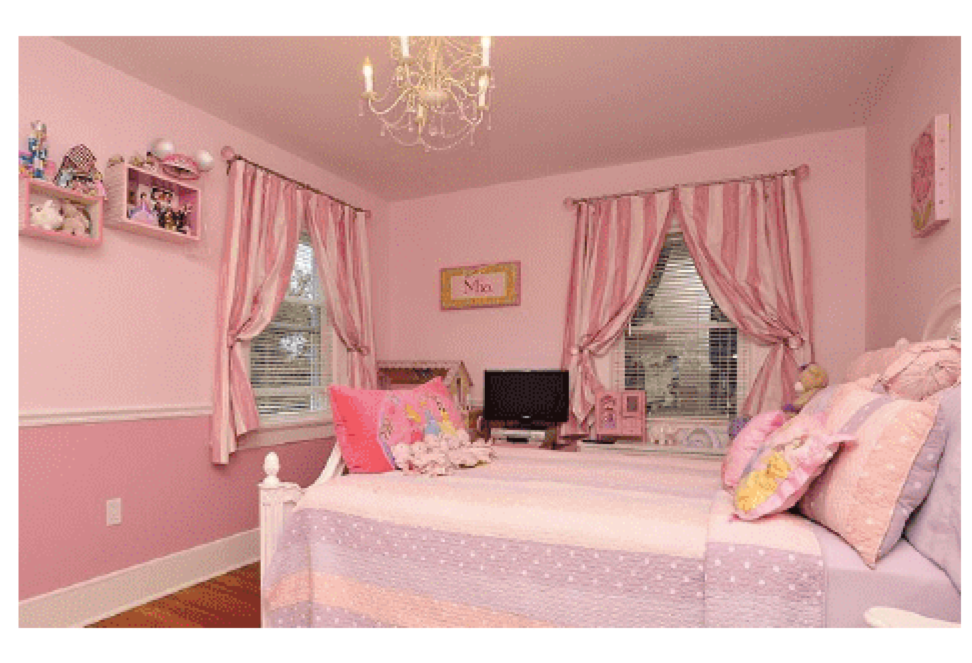
- 甜美感的颜色大多选用象征着少女的色彩。
- 甜美感画面一般会采用可爱甜美的元素作为装饰。
- 甜美感画面整体具有和谐统一的视觉感受。
- 甜美感具有令人心情舒畅的心理感受。













6.12.1 甜美感设计

甜美感设计可以是体现少女的明媚的笑容，也可以是展现食物香甜可口的。一般会采用明度较高但饱和度较低的色彩来表现甜美，这类设计会让人第一眼看到就比较放松，它给人轻松、香甜、美味等美好的感受。



设计理念：这是一款香水的创意广告设计。画面以人物为背景，将产品直接摆放在正前方，让人一眼便看到产品，具有良好的宣传效果。

色彩点评：作品以粉色为主色调，给人清新、自然、甜美的心理感受。

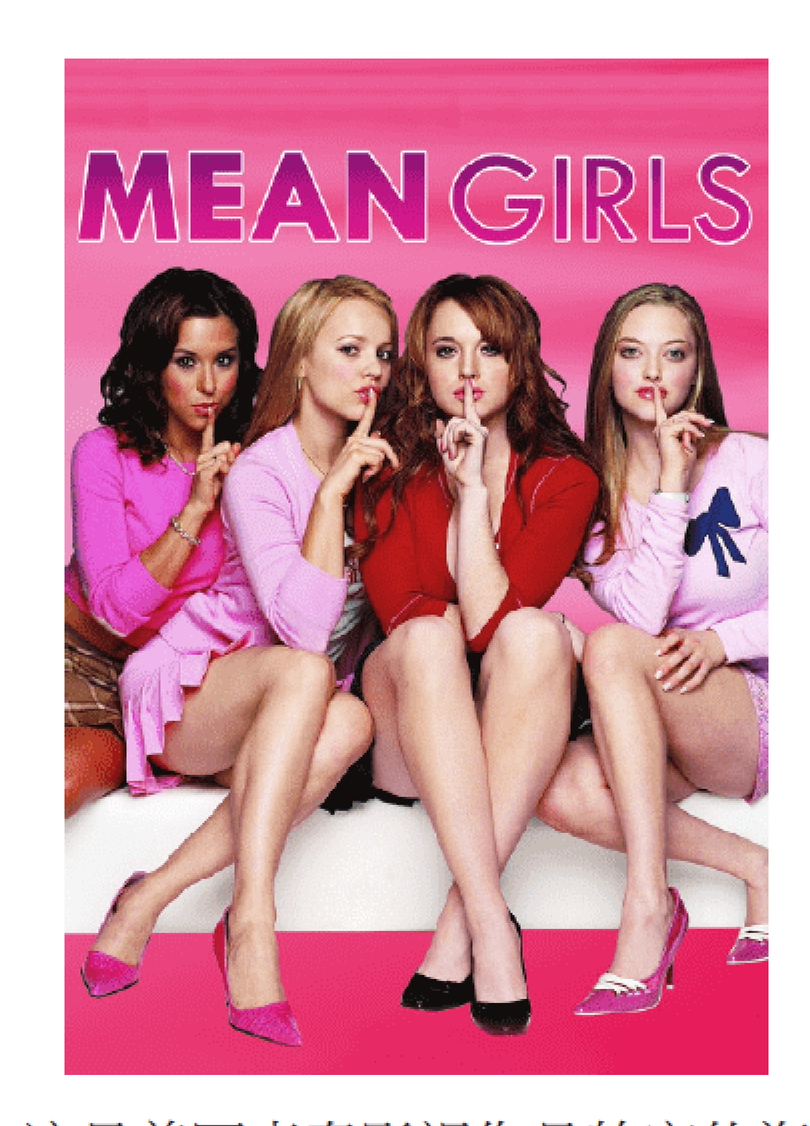
1. 淡粉色的背景与深粉色的产品形成对比，使整体色调具有层次感，也推进了画面的空间感。
2. 标题精致的文字，增加了画面的感染力。
3. 标题文字与产品具有协调统一的美感。

RGB=249,227,239 CMYK=3,16,0,0
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=231,124,176 CMYK=12,64,5,0
RGB=122,89,160 CMYK=64,72,10,0



这是一款美妆的创意海报设计。整体画面以洋红和玫瑰红为主色调，让整个作品十分明亮、鲜活。而画面右下角的产品造型十分独特，为整个画面增添了空间感。

RGB=243,208,230 CMYK=6,26,0,0
RGB=232,39,125 CMYK=16,92,22,0
RGB=233,47,26 CMYK=9,92,95,0
RGB=244,101,41 CMYK=3,74,84,0
RGB=6,171,217 CMYK=71,18,13,0

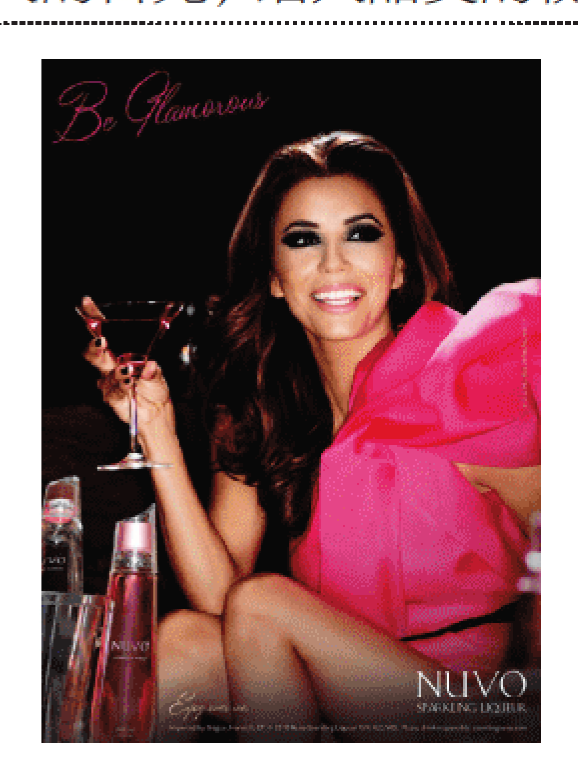


这是美国青春影视作品的宣传海报。作品以 4 个主角为主体，每个人物都身着粉红色系的服装，加上玫瑰红的背景，甜美感十足，给人热情、可爱的视觉感受。

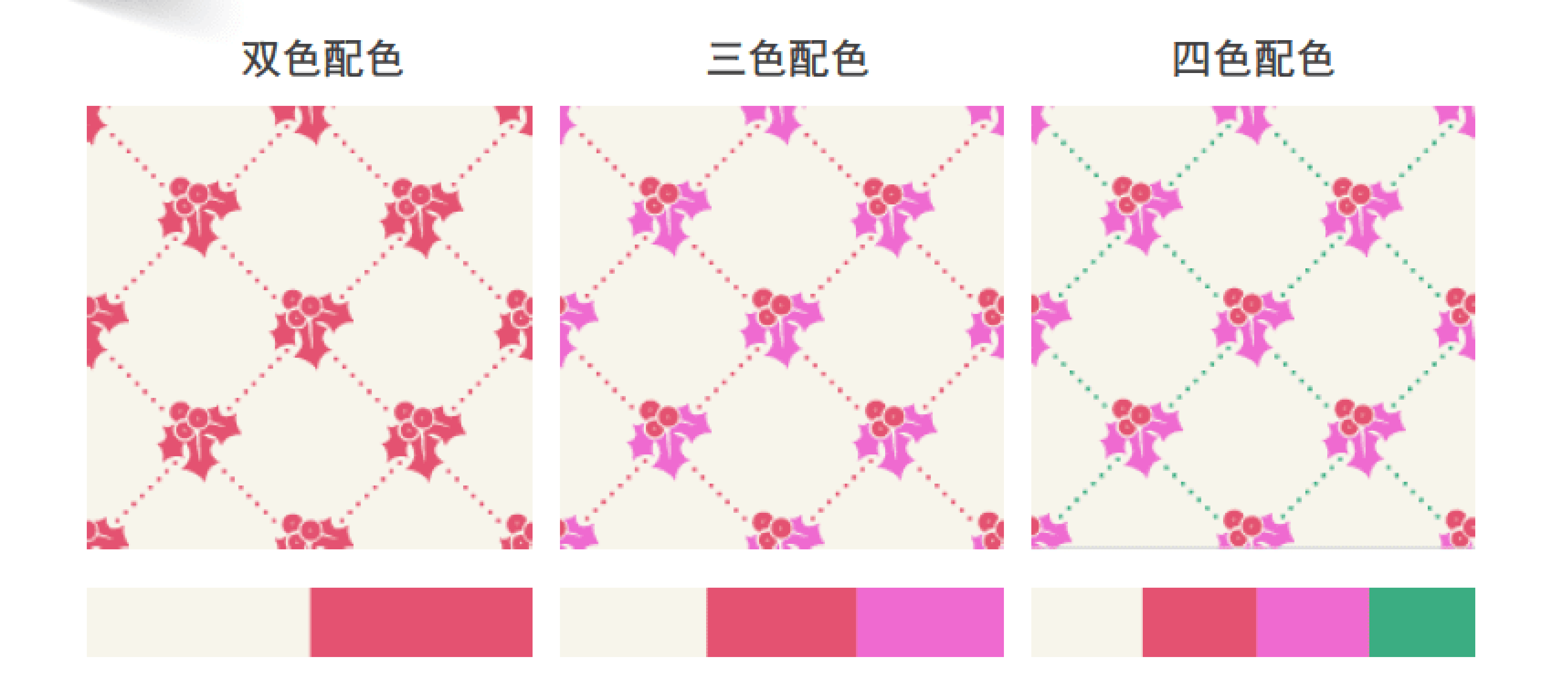
RGB=238,103,159 CMYK=8,73,11,0
RGB=230,42,101 CMYK=11,92,41,0
RGB=237,199,236 CMYK=10,29,0,0
RGB=234,90,213 CMYK=28,70,0,0
RGB=190,26,27 CMYK=33,99,100,1

6.12.2 甜美感设计技巧——颜色统一

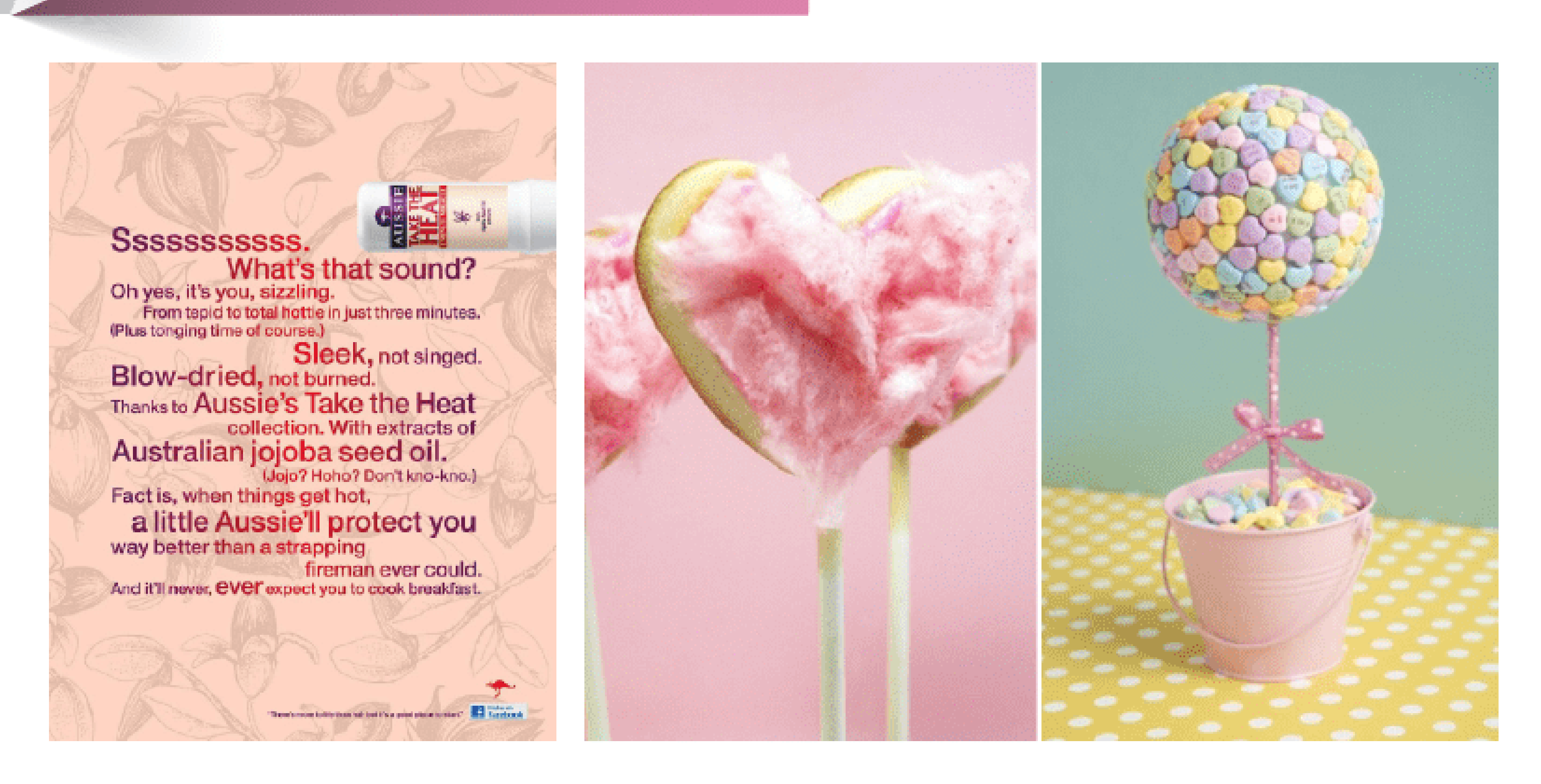
甜美感画面的构成要注意整体画面色调统一，如果色彩过于丰富，就会给人花哨、凌乱、找不到重点的感觉，而色调统一的画面会吸引人的目光，给人甜美的视觉感受。

	
模特的服装是缀满火鹤红色的山茶花上衣和粉色系短裤，整体造型显得人物四肢修长，给人一种娇柔、甜美的感觉。	这是一款预调鸡尾酒的创意广告设计。该作品采用的色调明纯度都很低，但运用明星展现产品之美，更具有说服力。

6.12.3 配色方案



6.12.4 甜美感设计赏析





6.13 凉爽

凉爽，是一种凉而清爽的感觉，给人一种舒适、放松的感觉。而最能够体现“凉爽”感觉的颜色就是属于冷色调的青色、蓝色等。

特点：

- 一般多用天空、海洋、冰、水等元素展现凉爽。
- 冷色同色调的搭配，让人容易感受到凉爽的感觉。
- 加入暖色调的色彩，可以营造极具生命力和活力的视觉感受。
- 凉爽色具有安定自然的效果。









6.13.1 凉爽感设计

凉爽感设计，主要是图像色彩的视觉印象所带来的心理反应，这类设计让人第一眼看到就比较放松，给人清爽、透气、凉意等感受，通常凉爽感设计会应用到饮品类、冷饮类、旅游类等行业。



设计理念：该案例为海景房的摄影作品。作品以海面为前景将房屋框架置于海上，碧海蓝天，画面整体呈现出一种沁爽、休闲的度假之感。

色彩点评：以蓝色为主色调，搭配绿色和白色，让整个画面十分亮眼，给人以凉爽、自然的视觉感受。

1. 重心式构图，抓住了人们的视觉中心。
2. 水天相接的背景，唯美而令人向往。
3. 清新的蓝色，非常适合人们的视力的明度，有利于缓解人们的视疲劳。

RGB=1,40,107 CMYK=100,96,51,5
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=105,103,106 CMYK=67,59,54,4
RGB=130,150,17 CMYK=58,34,100,0



此作品为时尚杂志内页。整个画面以水青色为主色调，模特衣着水青色加以粉白色碎花为点缀的连衣裙，两者之间形成了统一和谐的视觉感，让整个画面十分明亮、凉爽、活泼。加上模特飘逸的长发，使得整个画面具有夏季微风拂过的清爽之感。

RGB=98,187,195 CMYK=62,11,28,0
RGB=240,101,118 CMYK=6,74,39,0
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=240,215,184 CMYK=8,19,30,0

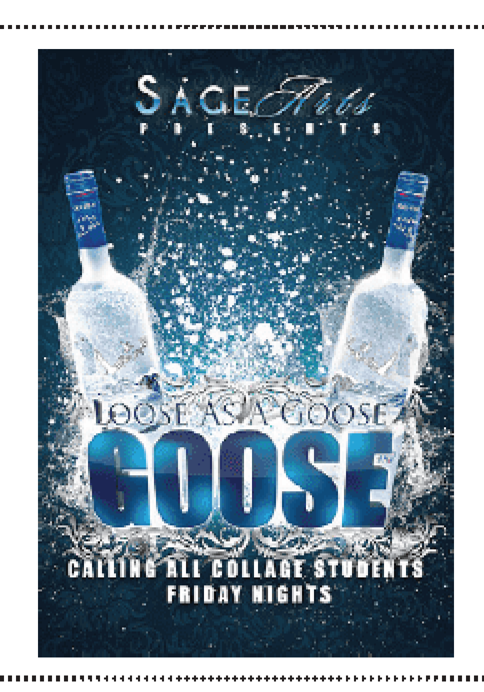


这是一款洗衣液的创意广告设计。该作品运用天空、水等元素和字母U的结合，创意十足，而画面中玫红色的产品在浅青色的背景衬托下较为突出，从而起到宣传产品的作用。

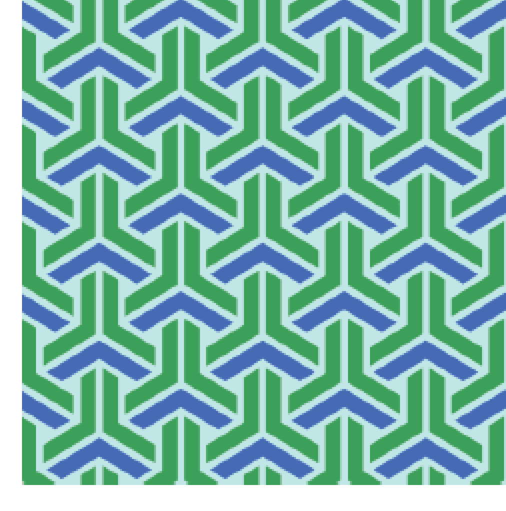
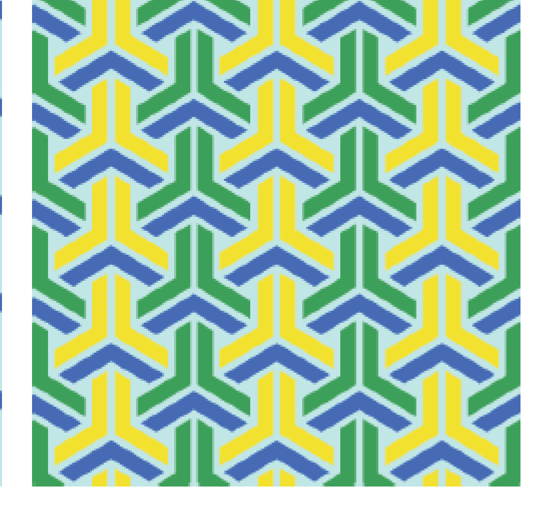
RGB=93,139,155 CMYK=68,39,35,0
RGB=189,232,249 CMYK=30,0,4,0
RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0
RGB=176,52,88 CMYK=39,92,55,1
RGB=202,198,107 CMYK=28,19,67,0

6.13.2 凉爽感设计技巧——以青色、蓝色为主色

凉爽感设计技巧在于其色彩搭配，且通常以青色和蓝色为主，同时加以白色为点缀色，无论是青色与白色搭配，还是蓝色与白色搭配，都会让人联想到水、冰雪等凉意十足的设计元素，从而侧面烘托凉爽的视觉感受。

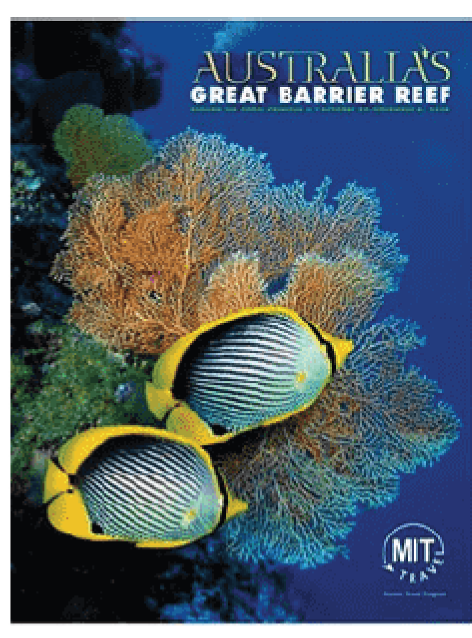
	
这是一款饮品的创意广告设计。该作品采用对称式构图，将饮品摆放在标题文字左右两边，四周搭配水花，凉意十足。而画面以深青色搭配青蓝色花纹为背景，整体画面给人凉爽、轻松、华贵的感受。	该案例为杂志内页版面设计，版式设计的布局采用骨骼型的构图方式。整体色调采用石青色与天青色搭配，加以少许的绿色做点缀，整体画面给人稳定、清爽的视觉效果。

6.13.3 配色方案

双色配色	三色配色	四色配色
		

6.13.4 凉爽感设计赏析







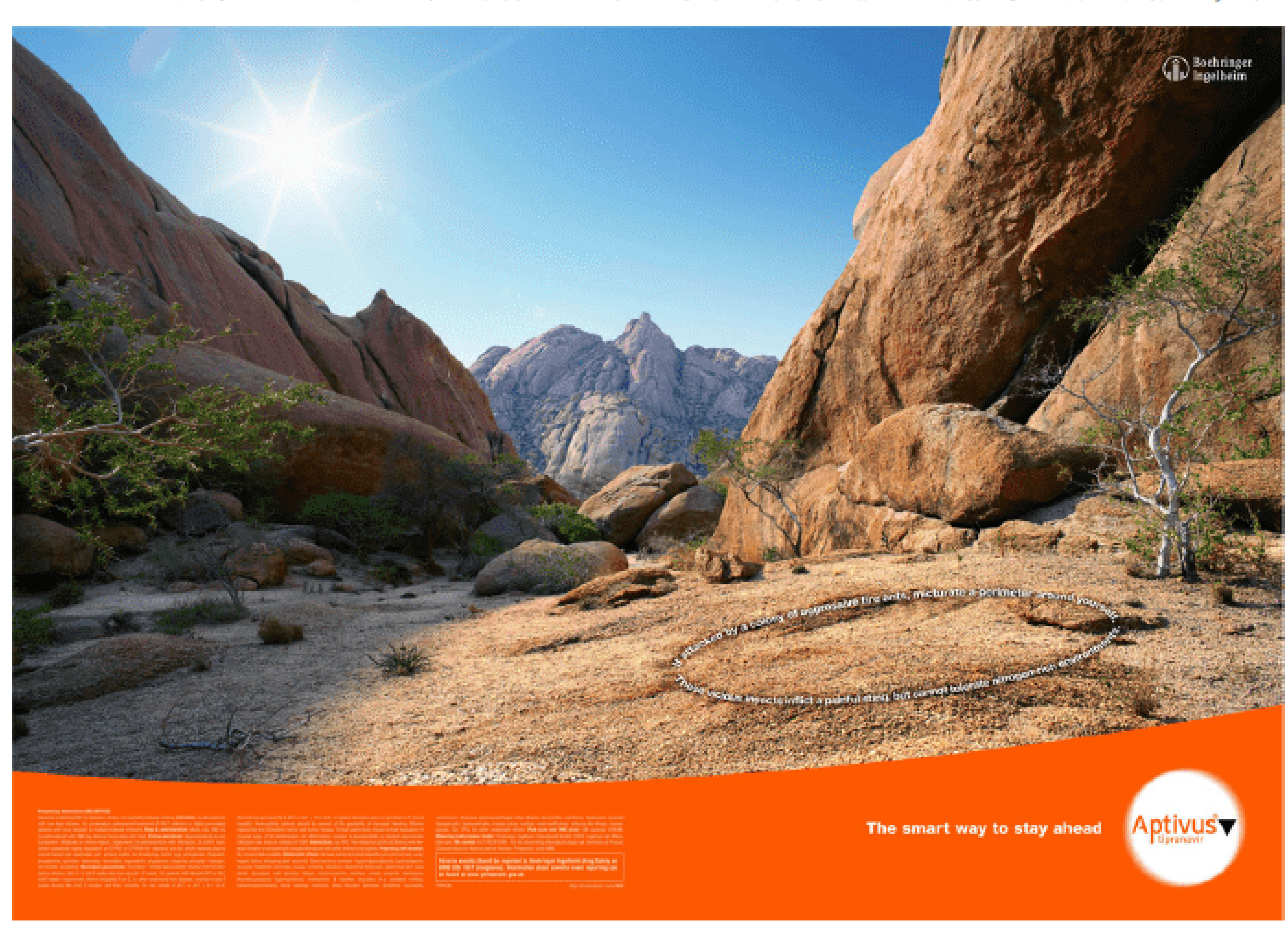
6.14 朴实

朴实通常是指一种质朴、诚实、朴素、节俭的生活态度。能够体现朴实的色彩一般为中性色。而中性色的色彩基调没有明显的色相对比，且整体色调展现柔和、平淡的视觉效果。

常见的能够体现“朴实”感觉的颜色有中性色的灰色、褐色、棕色、茶色、咖啡色、米色、青灰色等。

特点：

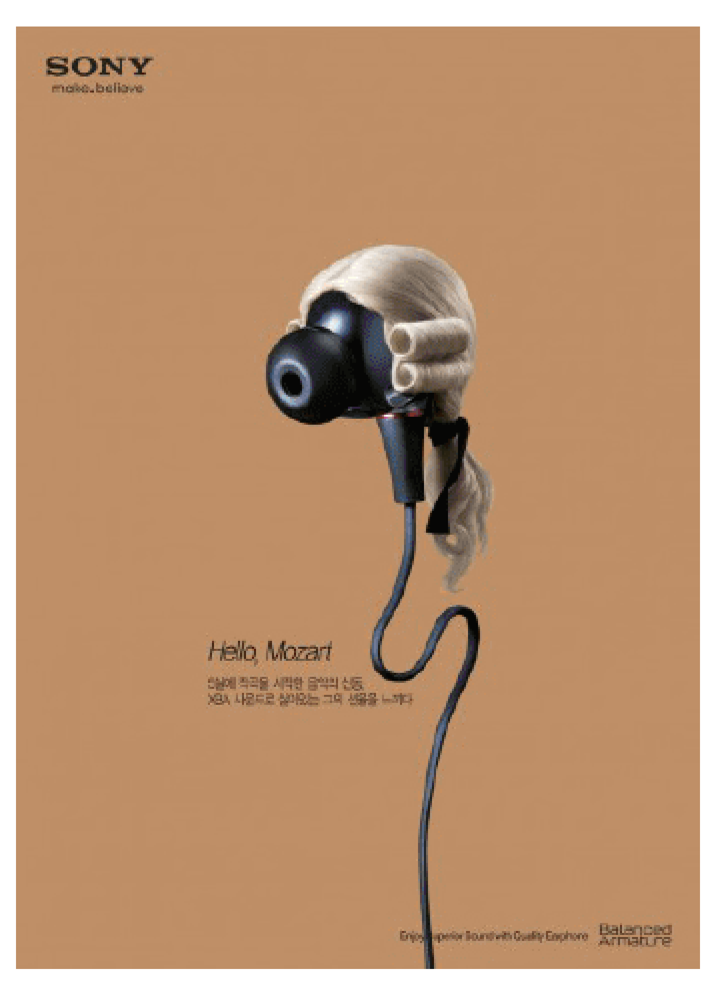
- 朴实感的画面通常采用中明度色调，整体色调柔和、不刺激。
- 朴实感的画面具有令人返璞归真的独特创作。
- 朴实感的色彩搭配虽然不具有强烈的视觉吸引力，但却能给人以隽永、耐看之感。

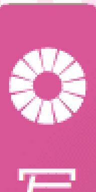












6.14.1 朴实感设计

朴实感是一种常用的营造温馨气氛的方式，通常朴实感设计会应用到农副类、手工类、艺术类、家居用品类等行业。

这类设计让人第一眼看到就比较放松，它给人真实、朴素、古典等感受，以自然、真实的设计来吸引人，让人信任和依赖。



设计理念：这是一款咖啡的创意广告设计，从画面最前方的咖啡豆到咖啡粉再到环绕着咖啡杯，展现出了制作咖啡的过程。

色彩点评：作品以咖啡色为主色调，给人带来一种优雅、朴素、舒适的心理感受。

1. 画面的整体都是同一色系，具有和谐统一的视觉感。
2. 咖啡色的背景加上咖啡豆、咖啡粉和咖啡的修饰，增加了画面的感染力。
3. 标题文字和底部文字与画面做了很好的分隔，同时又十分和谐。

RGB=32,16,7 CMYK=78,84,92,71
RGB=108,78,45 CMYK=59,68,90,25
RGB=43,57,32 CMYK=81,66,95,48
RGB=148,103,49 CMYK=49,63,93,7



画面以幽美的自然色绿色为主基调，而房屋采用米色和重褐色搭配，给人一种自然、稳定的感受，传达出了一种舒适惬意的视觉感。

RGB=255,236,203 CMYK=1,11,24,0
RGB=95,122,27 CMYK=70,45,100,5
RGB=120,149,192 CMYK=59,38,13,0
RGB=249,187,86 CMYK=5,34,70,0
RGB=67,35,22 CMYK=65,82,92,55



这是一款猫粮的创意广告设计。画面中的猫头鹰瞪着眼睛仿佛有要抢猫粮的架势，创意感十足。而作品以灰调的色彩作主色调，给人质朴、古典的感受。

RGB=240,235,231 CMYK=7,8,9,0
RGB=165,138,91 CMYK=43,47,69,0
RGB=170,116,45 CMYK=41,60,94,1
RGB=51,27,5 CMYK=71,82,100,63
RGB=169,41,11 CMYK=41,95,100,7

6.14.2 朴实感设计技巧——画面要有深浅色

如果画面多采用米色、沙茶色、麦色等浅色系色调，会导致设计作品因色彩过于平淡而使人们对其产生乏味感，提不起兴趣。因此要灵活运用色彩搭配，使用重色提升作品沉稳度，使画面产生稳重、踏实的视觉效果，且更加具有吸引力与诱惑力，同时获得人们的信任，提升版面视觉效果。

	
这是一家素食餐厅的店面外观设计作品。没有过多的图案修饰，尽显朴实、素雅，品牌LOGO标志居中，给人更直观的视觉感受。	这是一款时装套装设计，服装整体采用了亮灰色为主色调，面料图案中带有些许重色，与亮灰色的底色形成鲜明对比。整体造型给人以理性、内涵的感觉。

6.14.3 配色方案

双色配色

三色配色





四色配色



6.14.4 朴实感设计赏析







6.15 安全

安全，通常是指一种信任、依赖的心理感受。能够体现安全的色彩搭配一般都较为理性化。而理性化的色彩搭配方式通常都较为简洁，且有明智、沉稳的视觉效果。

常见的能够体现“安全”感的颜色有驼色、绿色、蓝色、褐色、灰色等。

特点：

- 展现安全感的作品应造型稳定，给人以信赖感。
- 以图文结合的方式传播有效的信息，给人带来安全的心理暗示。
- 色彩搭配或鲜明，或深沉，具有吸引力。










6.15.1 安全感设计

当人们第一眼看到设计作品时，色彩的鲜明表现是其第一视觉语言，其次会对其内容的可靠性进行进一步的观察与了解，表现安全感的颜色需要使观者在观看到画面的第一时间形成一定的信任感，进而产生心理共鸣。安全感的设计作品通常被应用到药品类、极限运动类、食品类、汽车类等各个行业。



设计理念：这是一款啤酒的创意广告设计。画面简洁明了，单独将啤酒摆放在画面中心位置，让观者一目了然地看到产品。

色彩点评：作品以青灰色为主色调，给人稳重、安全的心理感受。

1 青灰色明度较低，用做背景色可以适当控制画面的重量感。

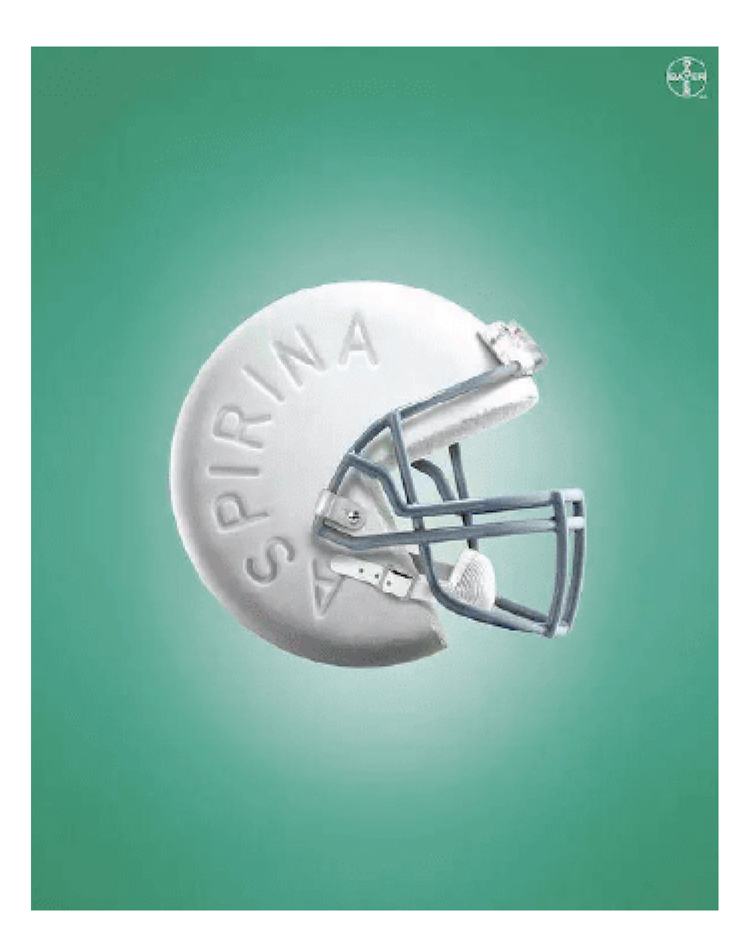
2 标题精致的文字与产品相呼应，增加了画面的协调性。

RGB=127,137,128 CMYK=58,43,49,0

RGB=183,199,186 CMYK=34,16,28,0

RGB=20,118,19 CMYK=85,43,100,6

RGB=182,182,182 CMYK=33,26,25,0



这是一款药品的创意广告。将药品与安全帽相结合，广告创意新颖、主题鲜明。而画面采用绿松石绿为背景色，在背景的衬托下，使得产品十分亮眼，给人一种安全感。

RGB=58,137,103 CMYK=78,35,70,0

RGB=81,165,136 CMYK=69,20,55,0

RGB=169,206,198 CMYK=40,10,26,0

RGB=175,179,179 CMYK=37,27,27,0

RGB=228,363,230 CMYK=14,5,11,0

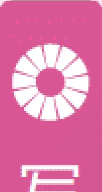


这是一款牛奶的创意广告设计。画面简洁明了，将牛奶摆放成牙齿的形状，暗示牛奶对身体的重要性，创意十足。而作品以深石青色为主色调，给人安全、稳定、满足的感受。

RGB=29,52,83 CMYK=95,85,53,23

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=145,170,192 CMYK=49,28,19,0



6.15.2 安全感设计技巧——简洁、明快的用色

安全感设计一般用色简洁，不会过于复杂、花哨，多采用单纯、明快的色调，且不会让人感受到烦闷，具有较强的稳定性，进而形成理智、安全的视觉美感。

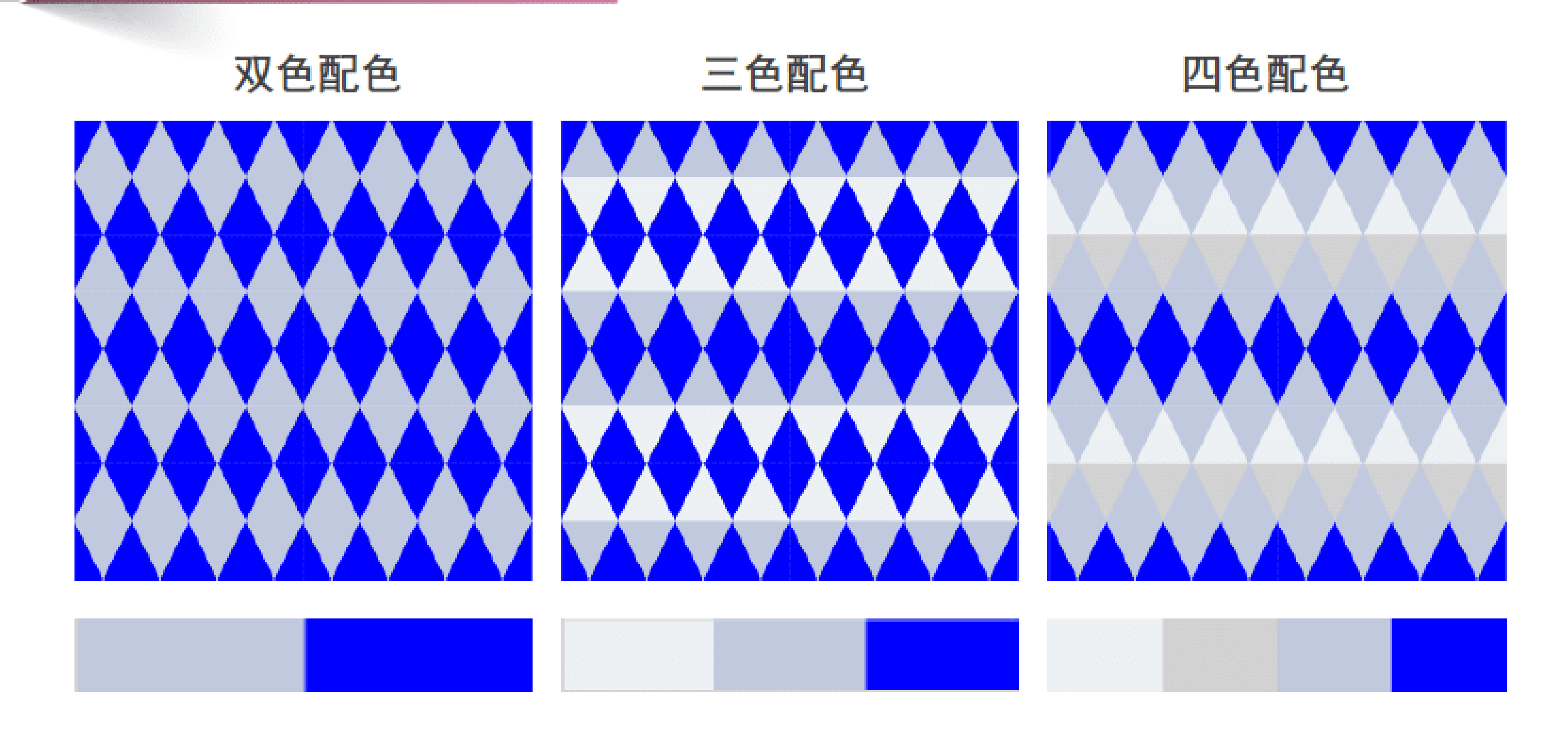




这是一则洗衣机的创意广告设计。画面用色简洁大方，而整体色调采用水晶蓝为主色调，且画面左右两边各自摆放着阴雨天和太阳的元素，表示该产品的功能。

该案例为商品包装设计，整个包装以午夜蓝为主色调，搭配红色突出商品。将商品放置于中心，折叠式的设计给人全方位保护的感觉。而且包装盒与产品颜色之间的对比能够很好地聚焦消费者的目光。

6.15.3 配色方案



6.15.4 安全感设计赏析







6.16 设计实战：教材封面设计流程解析

6.16.1 设计说明

设计定位：

该案例为课后辅导教材的封面设计，主要是以图形和文字形象来主导画面，搭配简约风格的色彩，打造出富有青春活力的封面设计。

封面设计的诉求：

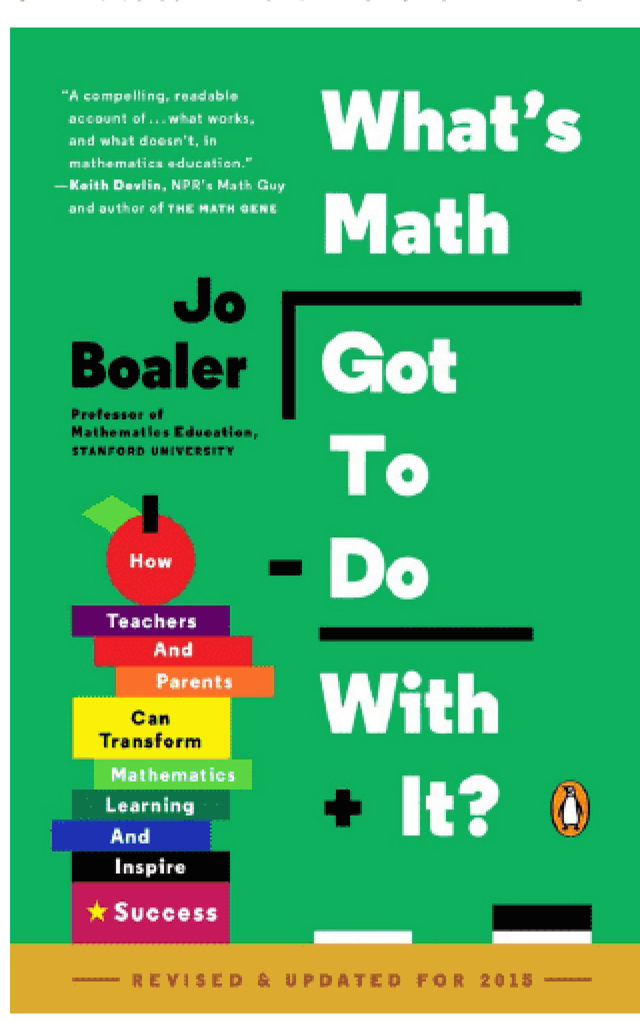
这部教材是面向于学生的课后同步辅导教材。而且本书是系列教材中的一册，所以当前教材封面的设计需要具有能够延伸出一系列封面的特点。

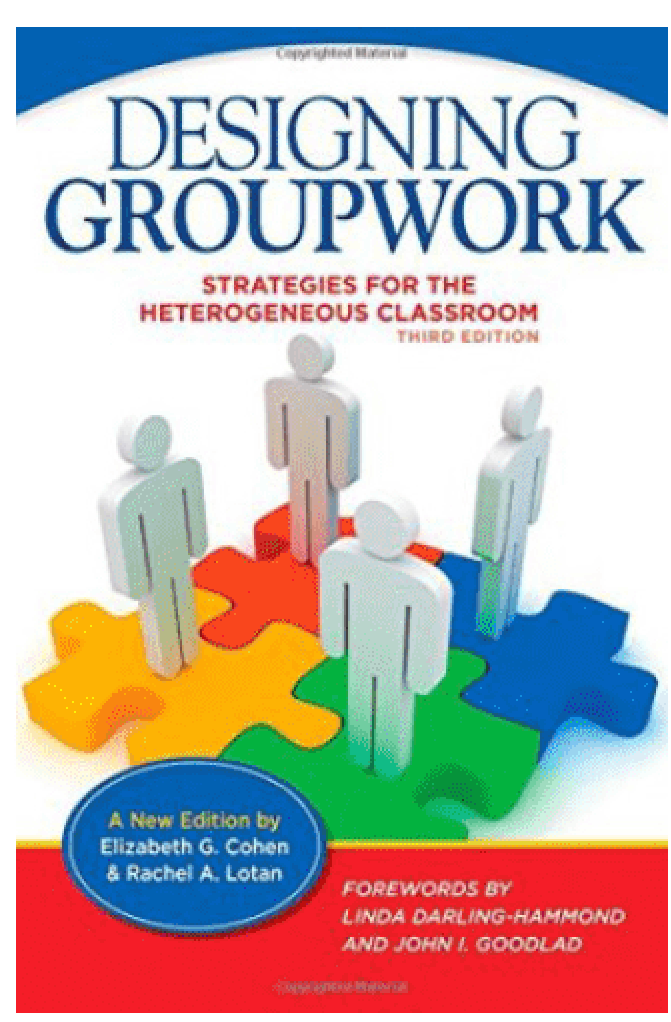


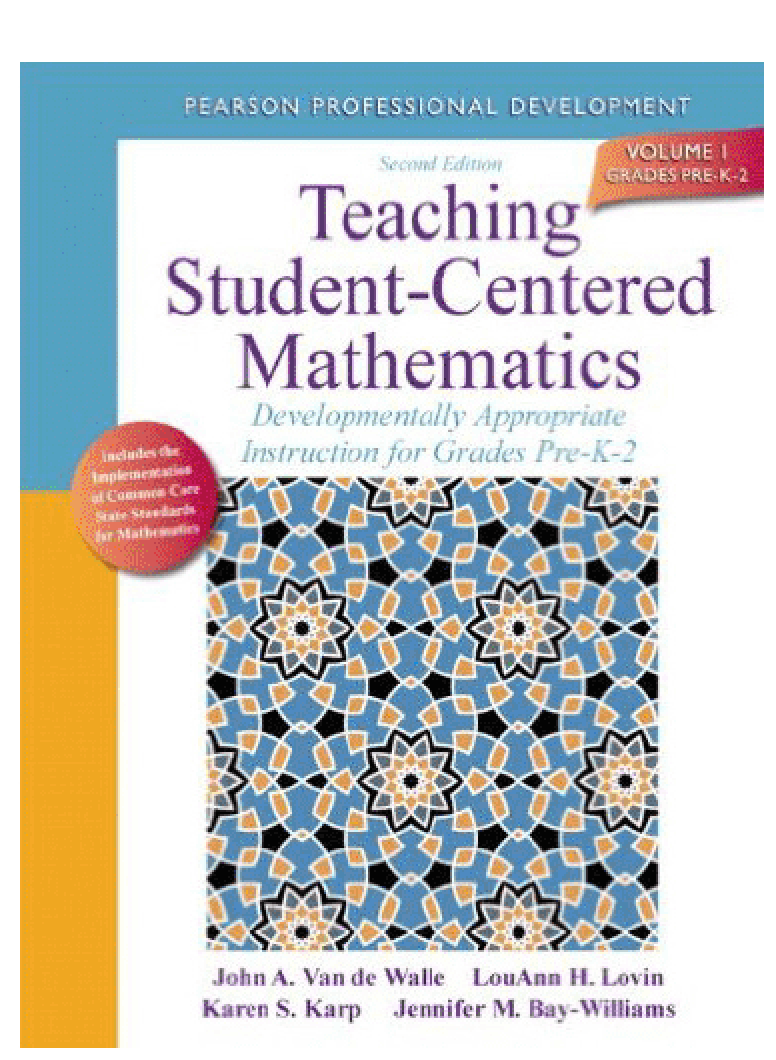


封面设计的定位：

由于教材面向于高中阶段的青少年，所以封面图形可以适当的理性化。构图形式严肃庄重，进而表现教材的权威性。除此之外，为了避免使学生感到枯燥和厌烦，色彩的搭配可以丰富一些。







特点：

封面设计当中的图案具有增强视觉传达的效果，赋予版面强烈的吸引力。

- 文字与图形的巧妙结合有效地加深教材的可读性。
- 文字与图形的设计摆放要符合整体要求。
- 突出独特具有个性的视觉感。

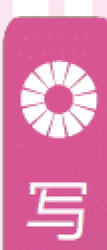
6.16.2 不同风格的封面设计

1. 朝气感的教材封面设计	分　析
设计师推荐色彩搭配：	● 在进行封面设计时首先要确定颜色的选用。 ● 由于书籍封面的构图相对比较严谨，所以在颜色上我们可以选择相对“大胆”一些的颜色搭配。 ● 例如本案例选择了接近于互补色的配色方式。
2. 理性感的教材封面设计	**分　析**
设计师推荐色彩搭配：	● 这本教材作为一门理科科目本身就给人以理性、严谨的感受，这些感受与青色所传达的色彩情感极为相似。 ● 冷调的青色是理性与睿智的化身，深浅不同的青色使整个版面层次感十足。 ● 颜色的搭配遵循了邻近色的搭配原则，使作品整体画面形成和谐、统一的视觉美感。

3. 清新感的教材封面设计	分 析
设计师推荐色彩搭配：	● 由于本教材是系列教材中的一本，所以在制作其他基本教材时就可以根据每个科目的不同属性选择合适的颜色。 ● 例如深蓝与草绿搭配可以应用于物理、化学等理科课程。 ● 该设计中采用倾斜程度不同的图形，为封面设计增添了生动的青春感。

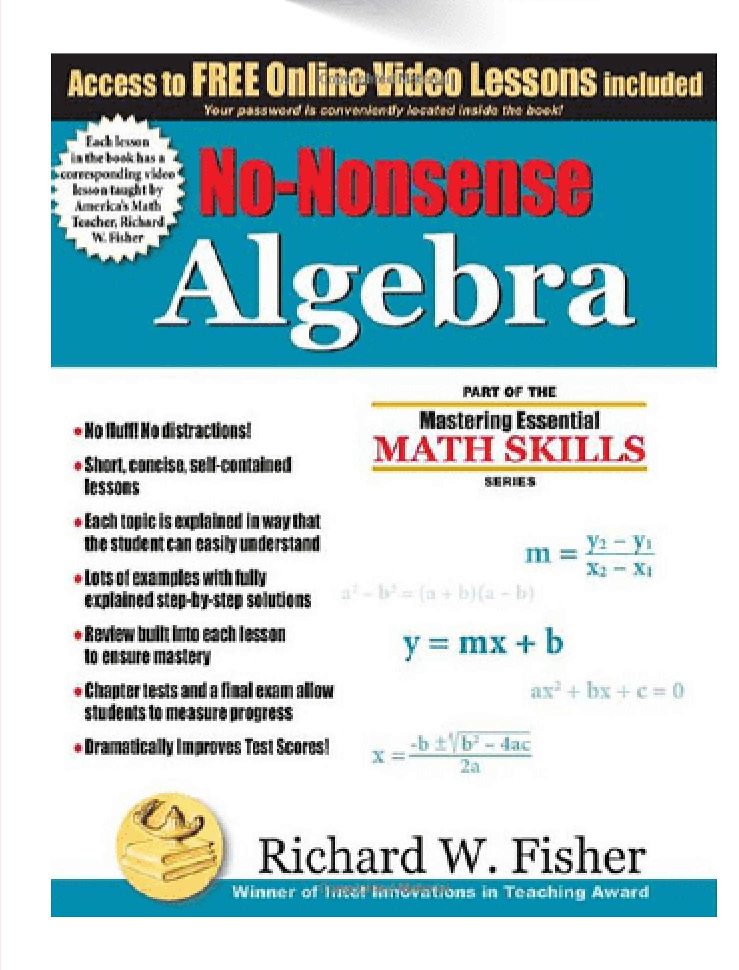
4. 寓意感的教材封面设计	分 析
设计师推荐色彩搭配：	● 利用几何图形抽象地表现出一双翅膀，寓意为在知识的海洋里翱翔。 ● 该设计采用简洁的分割型构图，给人以硬朗、整齐的感觉。 ● 但如果封面内容较少则容易给人以枯燥、乏味之感。

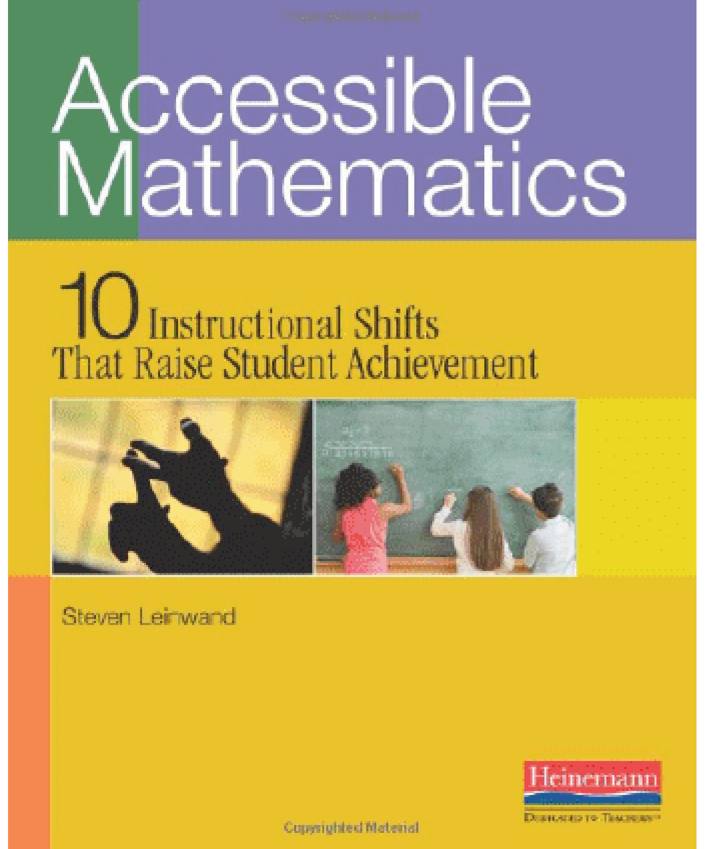
5. 热情感的教材封面设计	分 析
 设计师推荐色彩搭配：	● 色彩是设计信息的外在传播，画面使用红色作为主体色，既能够增强画面的饱满度，又能增加书籍的宣传力度。 ● 红色与铬黄色的搭配，使画面看起来更加融合，令画面空间拥有一定的热闹感。 ● 清晰直观的文字和图片展示，使其版面形象更加一目了然，进而增强书籍视觉率，达到最佳宣传效果。

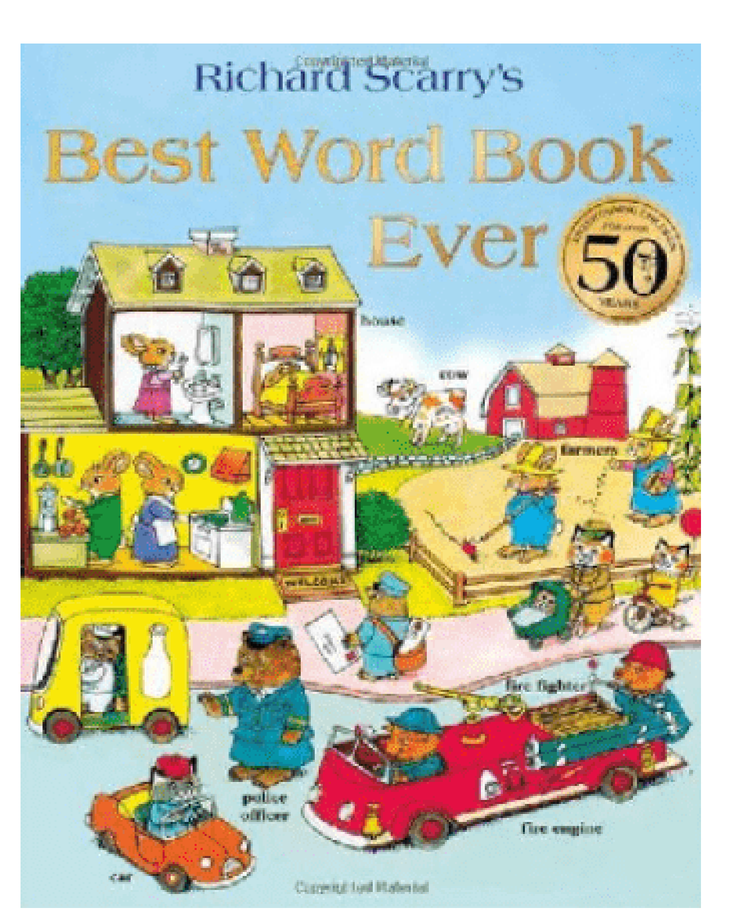


6. 简约感的教材封面设计	分　析
 设计师推荐色彩搭配：	● 该设计采用简洁的分割型构图，给人以硬朗、整齐的感觉。 ● 该封面内容简明，给人清晰、明了的视觉感受。 ● 文字以大小不一的形式与蓝色矩形相结合，使其主题方向更为直观、明确，且具有较强的层次感。 ● 文字信息的描述使观者对该书籍的了解更加详细，也体现了整体简明、理性的视觉效果。

6.16.3 同类作品欣赏









综合色彩的设计秘籍

本章主要讲述设计中一些常见的问题的处理方法以及相应的色彩应用技巧，例如用文字作为画面重点传播信息、使用舒适和谐的配色方案、从产品本身提取元素、用色彩表达情感等。

◆ 想要达到宣传主题的目的，可以将主体物与其他对象的色彩层级进行区分，使主题更加明确。

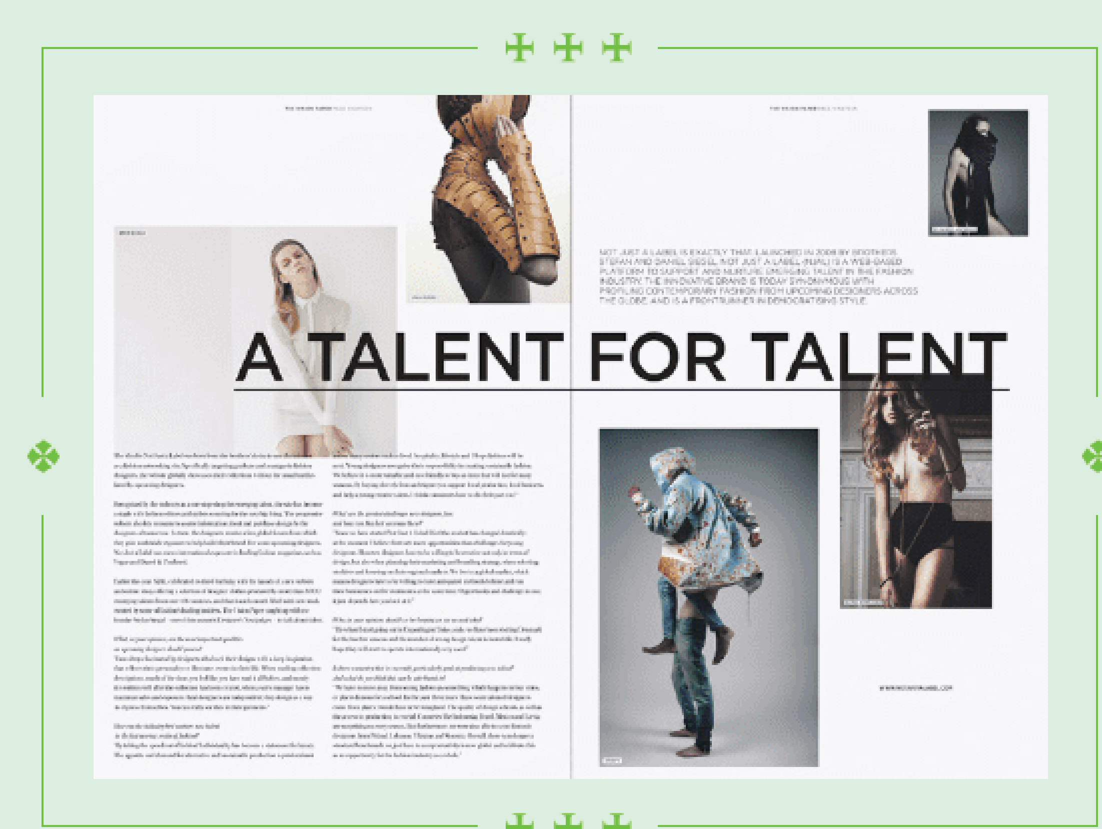
◆ 要用细节打动人心就要将设计作品的视觉印象深刻化，使观者留下深刻印象，从而达到设计的目的。

◆ 具有层次感的设计一般色彩搭配都尤为突出，可以尝试大胆用色，以得到独特的画面感。





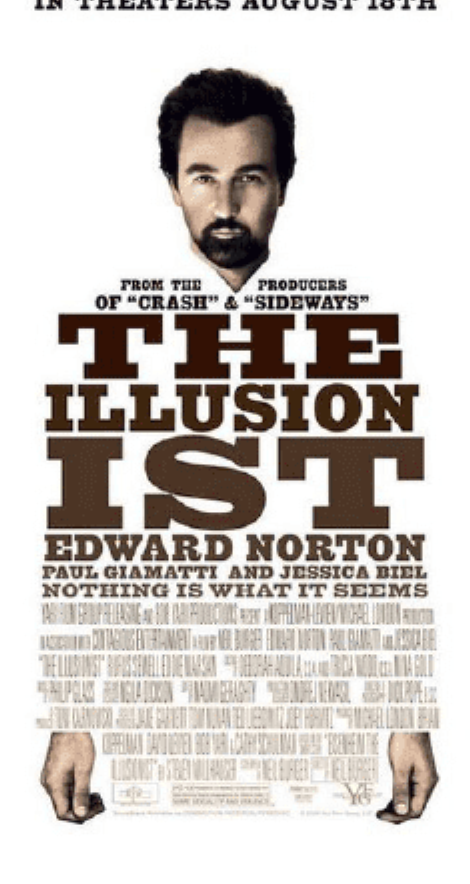






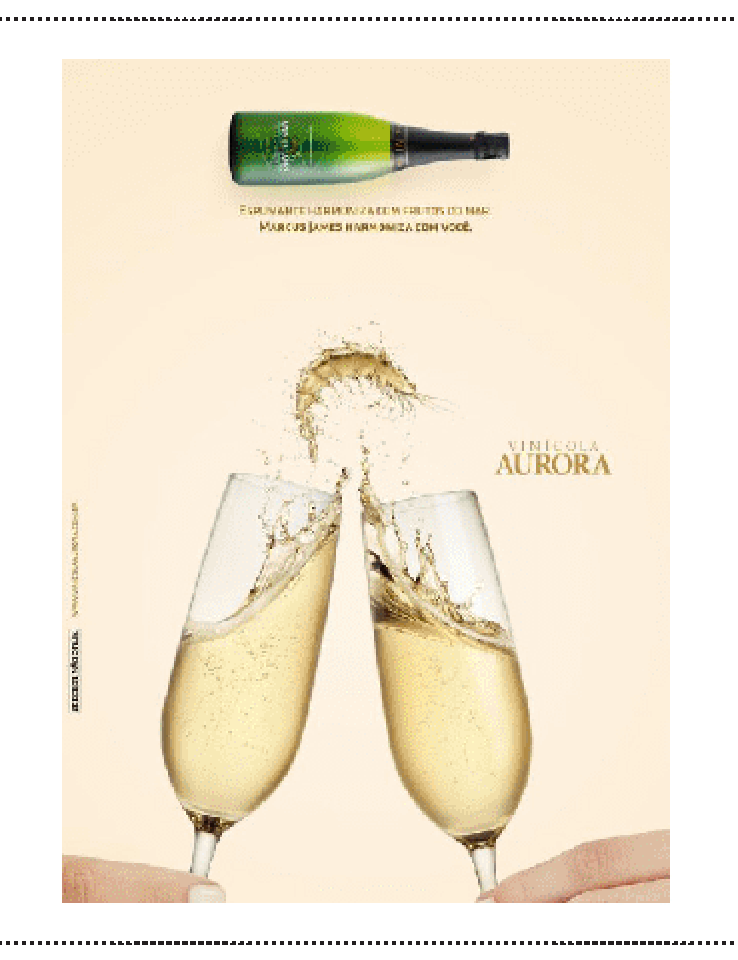
7.1 展现文字诉求的色彩设计

文字的表达在设计作品中是必不可少的一部分，而恰当的文字排版也对信息有效传播起到至关重要的作用，所以在设计作品的画面构成中，尤其不可轻视的就是文字的编排与设计。

	这是好莱坞剧情片《魔术师》的宣传海报设计。 ● 文字组成的人物造型让海报作品的表现力增强，独特的方式更吸引人们的注意力。 ● 人物造型简单，大量运用文字展现人物体态，创意感十足。 ● 褐色文字与白色背景相搭配，传达出褐色复古、温厚、稳定的色彩情感。
	这是一款企业标志设计。 ● 该作品以创始人名字作为品牌标志，具有很强的代表性。 ● 标志整体采用蓝色，展现单纯、有力的画面效果。 ● 蓝色代表着理智和科技化，同时也从侧面体现出该企业的核心内容——不断创新，带给大家更好的产品。
	这是一款音乐节的宣传海报设计。 ● 该作品采用倾斜分割式构图，动感十足。 ● 深灰色为主色调，加上铬黄色的文字为亮点，设计目的清晰明了。 ● 图像采用切割后重组的方式构成，其错位感既可有效地展示画面细节，又具有视觉冲击力。 ● 整体画面给人一种时尚、低调的视觉感。

7.2 创新立意的画面表达

想要在设计作品的画面表达中创新立意，可以尝试在画面中添加水、火、雷、电等任何富有新意的特效来丰富画面。当然，创意想法是不受约束的，也可以运用夸张、隐喻、对比等手法营造出引人思考的画面。



这是一则香槟酒的创意广告设计。

- 整体画面采用奶黄色为背景，给人干净、新鲜、舒适的感觉。
- 奶黄色是一种优雅、成熟且具有韵味的色调，使产品品质大大提升。
- 两个装满香槟酒的高脚杯碰撞出一只液体的“虾”，使画面充满了动感。



这是一则公交站的水果沙拉广告设计

- 站牌上有一个大大“M”标识，突出该产品的标志，使观者快速理解广告目的。
- 在朦胧的玻璃窗中可以隐约看到新鲜的水果蔬菜，从色泽上给人一种天然、饱满的感觉。
- 水珠的运用成为作品整体的点睛之笔，巧妙利用其视觉特点传达新鲜的概念。



这是一则餐饮店的宣传海报设计。

- 该作品采用搞怪的手法来表现广告的创意，突出该店的主旨。
- 画面中黑猩猩砸破玻璃伸出黑手，而服务员面带微笑地递给黑猩猩食物。广告从侧面表达主题：来这里吃饭吧，该怎样就怎样，做你自己就好。
- 幽默的广告形式不仅拉近了品牌与消费者的距离，还巧妙地传达了自身的经营理念。

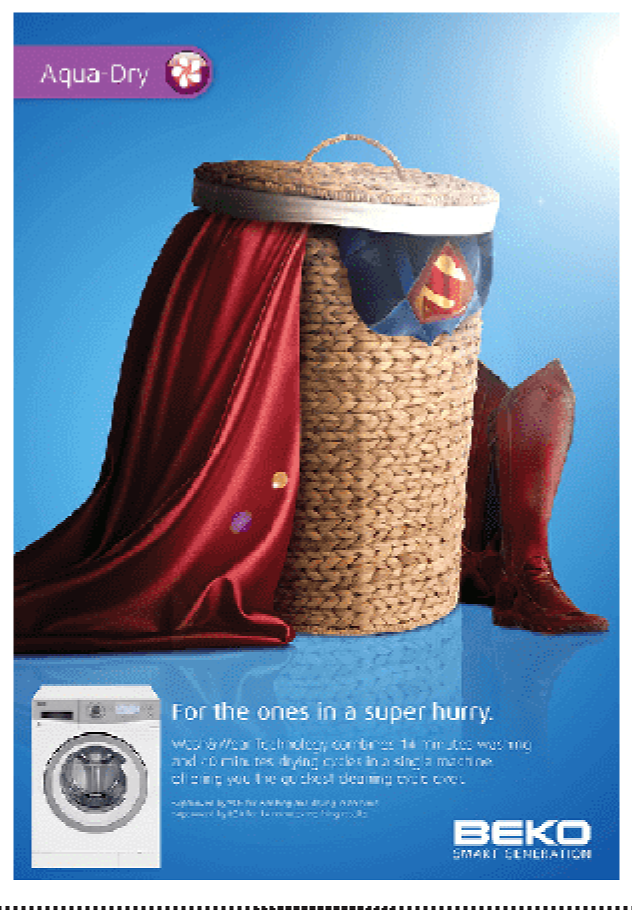
7.3 时尚新潮的色彩魅力

任何类型的设计作品都是一种信息的传播，其目的就是激发观者的潜在欲望。而时尚、新潮的设计通常是极具个性化的，其“个性”可以展现在多方面，色彩在设计作品中是一种能够较好地展现其特殊魅力的手段。



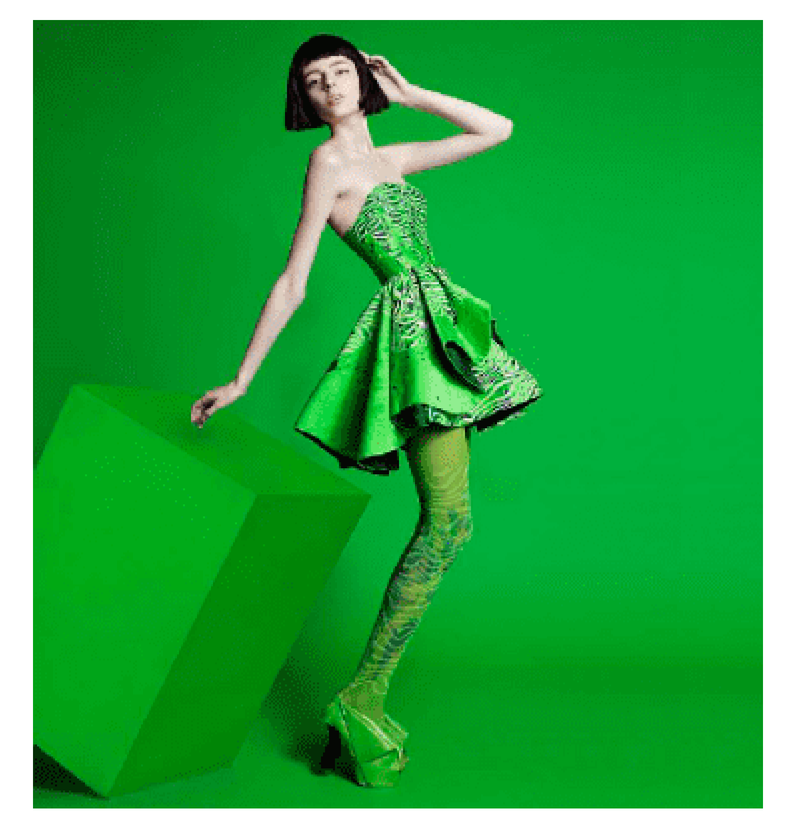
这是一款春夏男装外套的设计作品。

- 该服装采用当季流行色作为服装的主色调，引领时代潮流。
- 模特整体造型给人清爽、明快的视觉感。
- 水青色属于冷色调，给人以高冷的距离感。所以在水青色的基础上搭配白色与灰色做点缀，中和了水青色的距离感。
- 不对称式图案给整体服装增添一种轻松感。搭配白色布鞋，使得整体服饰表现得更为清新、时尚。



这是一款洗衣机的创意广告设计。

- 以近年来比较流行的超人形象作为广告的创意点，符合时代审美。
- 画面采用不同明度的蓝色做背景，加上超人的红色披风与竹筒的结合，极具创意。
- 将产品比喻为超人，从侧面表达出产品的功能强大，像超人一样。
- 将产品直接摆放在左下角，品牌 LOGO 摆放在右下角，起到平衡画面且明确宣传的作用。



这是一款女性短款小礼服的设计作品。

- 大面积纯色的应用也是近年来较为常见的配色方式。画面背景为孔雀石绿色，较高的饱和度更具青春活力。
- 该模特身着孔雀石绿色抹胸连衣裙，裙摆部分为不规则百褶短裙，搭配孔雀石绿色的丝袜和复古式的孔雀石绿色高跟鞋，整体搭配和谐统一。
- 模特服饰颜色与拍摄背景颜色一致，与其雪白的肌肤形成鲜明对比。服装不同区域色彩的明度与材质均有不同，所以并不会产生模糊之感。



这是一家服装零售商店的室内设计。

- 空间整体以白色为主，黑色为辅，暗红色与暗紫色的点缀避免了色彩过于单一的沉寂感。
- 白色隔板的设计使整个空间形成了分割型布局，既点缀了空间整体的画面感，也使其独特性展现得更为强烈，给人以截然不同的感官体验。
- 待售衣物置于隔板之间，整体布局非常独特，且具有未来气息，艺术感十足。



这是一款立体风格的创意平面海报设计。

- 该海报采用了近年来比较流行的立体化表现形式，所有的元素都有一定的立体效果，搭配在一起营造了很强的空间感。
- 采用多种对比色，以铬黄色与深绿色分别占据画面的上下两个部分，加上草绿色、粉色等颜色的点缀，进一步增加了画面的丰富程度。
- 虽然画面中颜色比较多，但是每种颜色的纯度和明度都不是很高，所以搭配在一起较为和谐，画面生动而不混乱。



该案例为波普风格的妆容设计。

- 波普风格虽然诞生于 20 世纪 50 年代中期，但至今仍然是潮流达人热衷的风格。
- 模特头戴各种玩具，充满童趣，而明黄色的粗眉搭配黑色烟熏眼妆，极具戏剧化。
- 强烈的色彩对比让妆面显得格外有趣，而嘴唇画上“POP”字眼，突显波普风的张扬气息。
- 加上深蓝色特殊材质的围巾，整体色调搭配丰富，极具吸引力。

7.4 锦上添花的色彩应用

在设计中，色彩具有快速传达情感的作用，且能够给观者带来醒目强烈的视觉感受。图形与色彩的完美组合是使作品锦上添花的主要设计手法之一，同时设计者也可以借此来传达其设计目的。



这是一款饮品的创意广告设计。

- 采用暖色调的黄绿色作为空间的主色调，与夸张手法相结合，使画面展现出充满活力的视觉感。
- 各种新鲜水果与植物以及溢出的饮品相结合，凸显出产品的口味与调性，不仅能够起到信息的传达功能，更增强画面的视觉效果。
- 将品牌 LOGO 摆放在右下角，与中间的产品相呼应，起到宣传产品的作用。



这是一款 3M 粘毛棒的创意广告设计。

- 该画面采用草绿色为背景色，营造出健康、干净的氛围。
- 将产品直接摆放在画面中心位置，起到直接宣传产品的作用。
- 粘毛棒上的整个猫咪的形象，夸张地表现了产品的功能强大，起到锦上添花的作用。
- 而画面下方的白色主体文字表明“产品去除头发和绒毛；容易涂抹，更粘贴，不损坏衣服”，强化了产品的功能性。

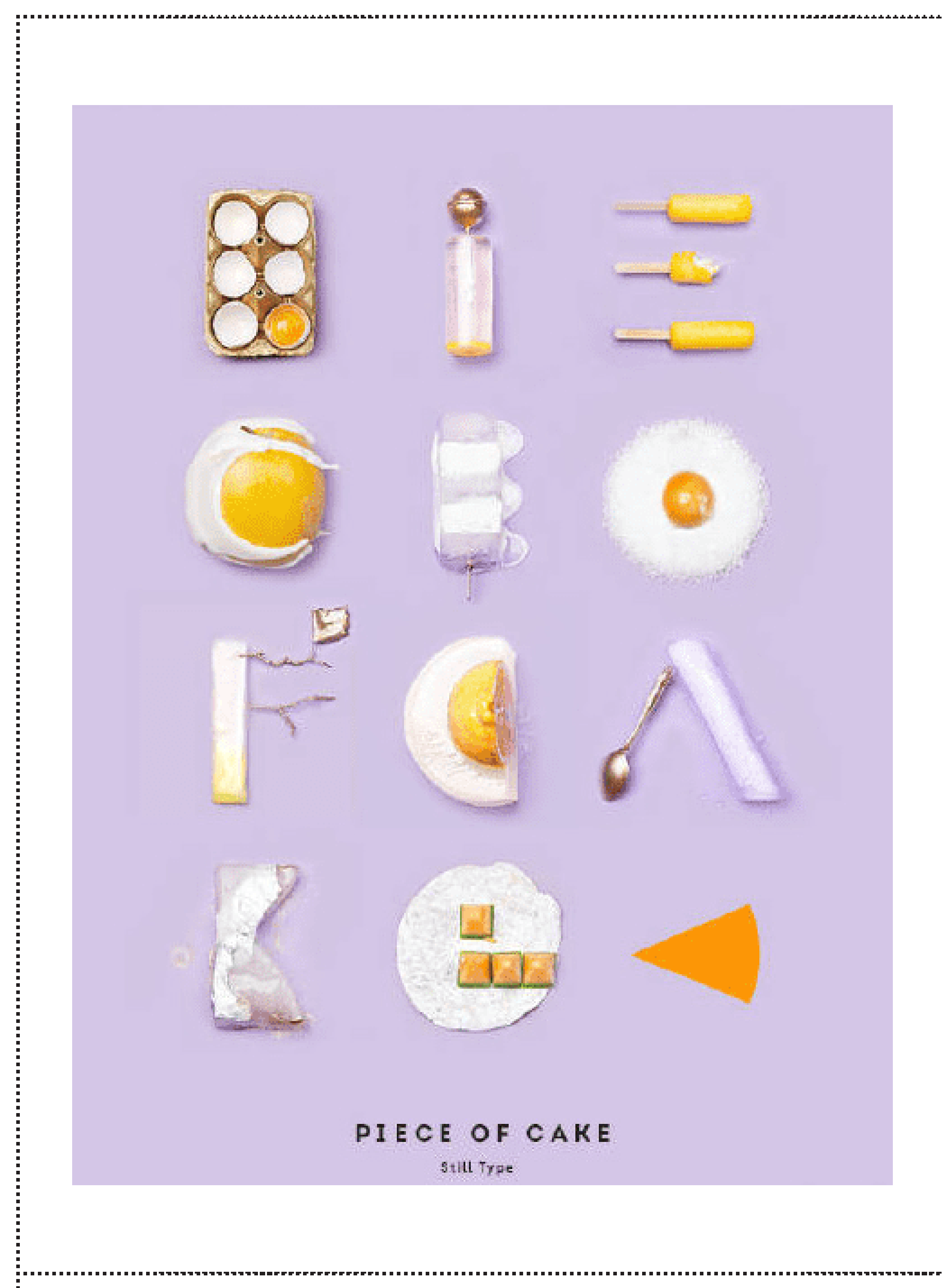


这是一款女士香烟的创意广告设计。

- 画面采用黑色与蓝色渐变的色调为背景，营造出一种神秘、尊贵的气息。
- 手拿香烟的优雅女性望着镜头之外，充满故事的眼神，又为画面增添神秘色彩。
- 将产品直接摆放在左下角，让人在感受画面神秘感的同时，对该产品感兴趣，起到宣传作用。

7.5 和谐舒适的色彩方案

想要设计出和谐统一的画面，就要在画面构图上把握好画面元素的排布，并巧妙地运用和谐、对比、平衡、重心等色彩搭配方式，在其基础上制作出精美的画面。灵活运用色彩的明度对比、冷暖对比以及色相特征是展现主题内容与色彩协调性的重要手段。



这是一则餐饮主题的创意广告设计。

- 画面采用淡紫色为背景色，搭配明快的黄色，整体色调温馨、和谐，给人以充满食欲的视觉感受。
- 黄色与紫色对人互为对比色，但是紫色的明度较高，黄色成分比例较少，另外画面中还有大量的白色元素进行调和，得到了和谐统一的效果。
- 运用食物与文字的结合，组成该品牌名称，使整个画面更加生动、有趣。
- 画面中运用多种美食元素进行编排设计，构思新颖、富有创意。



该案例为独栋别墅设计的外观效果图。

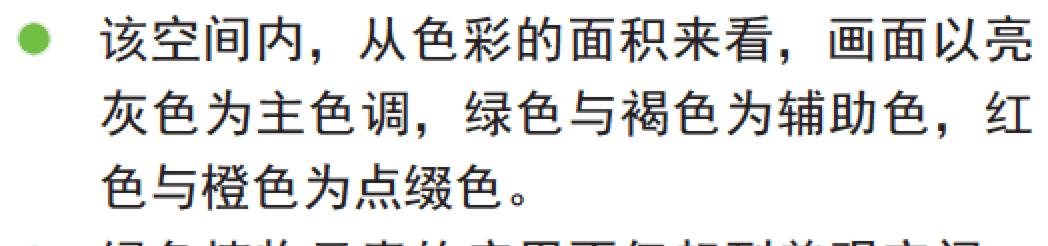
- 房屋采用大量的米色和少量的褐色搭配，整体色调搭配和谐统一，给人一种自然、稳定的感受。
- 将房屋建在一片树林中，给人一种远离世俗、宁静之感，让人心之向往。
- 整个画面晴空万里、天高云淡，传达出一种舒适惬意的视觉感。



该案例为现代风格的室内设计作品。

- 该空间采用黄色与紫色双色搭配。黄色与紫色又为互补关系，二者搭配在一起能够产生强烈、刺激的视觉效果。但是在本作品中强对比的紫色占有较小的面积，又以大面积的白色元素进行调和，所以整体效果较为和谐。
- 这种色彩搭配不适宜应用在卧室中，因为会使人精神亢奋。
- 整体色调具有强烈的视觉冲击力，但又是一种和谐的存在。

这是一款现代风格的室内设计。



- 该空间内，从色彩的面积来看，画面以亮灰色为主色调，绿色与褐色为辅助色，红色与橙色为点缀色。
- 绿色植物元素的应用不仅起到美观空间、净化空气的作用，还使得空间带有自然的灵性。
- 该空间的装修风格让人有一种回归自然的舒适之感。而贴在墙壁上的具有独特风格的插画，为空间增添了一种活跃与灵动性。

该案例为书店的书籍展示陈列设计。

- 该空间内，香蕉黄色的楼梯，使得沉静的图书馆增添了一份亮丽的光彩。
- 楼梯采用螺旋式设计，外观亮眼且实用。
- 香蕉黄色的楼梯与重褐色的展示柜形成了强烈的色感对比，但二者的搭配却营造出了一种特别的视觉美感。



该案例为芭蕾舞舞台的橱窗展示陈列设计。

- 该橱窗以芭蕾舞舞台为主题，运用了舞台道具、灯光、舞裙等相关元素，营造了一个梦幻、唯美的画面，由内而外散发着芭蕾舞蹈的优雅气息。
- 该橱窗设计以暖色调为主，并运用舞台灯光效果强化了白色元素的浪漫感与温馨感，而白色是芭蕾舞的标志颜色，进而衬托了品牌的高雅纯洁气质。
- 不规则的线帘背景将展品的轻柔美感衬托的淋漓尽致，巧妙地烘托出橱窗的庄重典雅氛围。

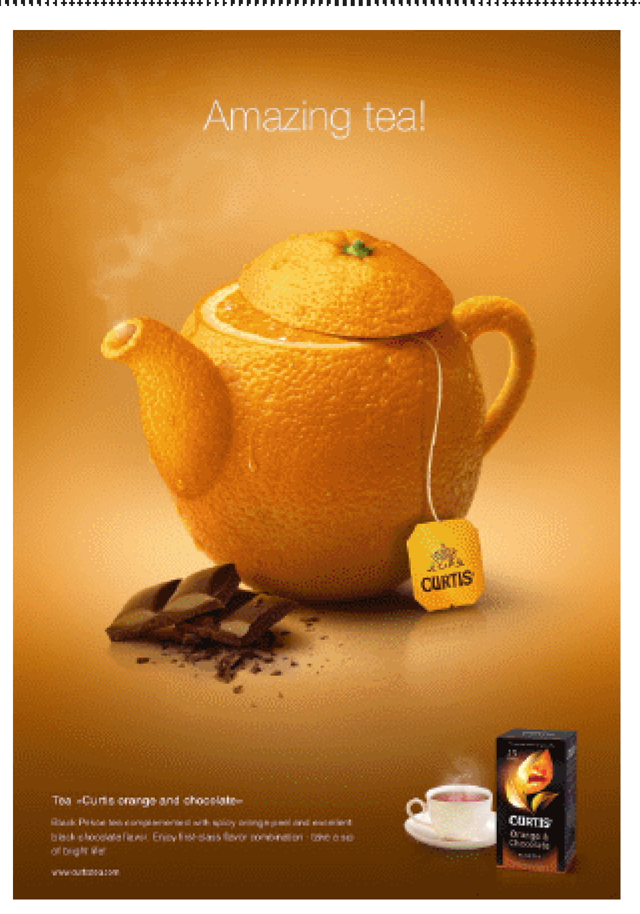
7.6 从产品本身提取装饰元素

在以某个特定产品作为设计主体的宣传作品中，为了更好地突出产品的特性或者产品的原材料等信息，可以从产品本身提取部分元素，将之展现在画面中，既可以明确传达信息，又可以丰富画面，是较常用的一种广告表现手段。



这是一款饮品的创意广告设计。

- 背景为蔚蓝的天空，给人一种天然、无污染的纯净享受。
- 画面以蓝天作为背景，产品本身作为画面重点，左上角点缀橙子，表明产品的特性。
- 画面中的文字标签巧妙地突出品牌形象，又起到宣传和平稳画面的作用。
- 而饮品下方的冰块给人一种清爽、冰凉的视觉感受。



这是一款橙子味饮品的创意海报设计。

- 该海报的画面构思十分巧妙，创意十足。用水果来代替茶壶，使观者了解到产品的特性，既美观又吸引人的注意力。
- 同色系的配色方案，使整体画面看起来和谐、稳定，加上巧克力的点缀，使得画面更加丰富。
- 将产品直接摆放在右下角，起到宣传的作用。



这是一款冰激凌的创意海报设计。

- 作品中将冰激凌与包装盒相结合，既展示了产品本身，又突出了品牌。
- 该海报采用宝石红为背景色，传递出一种热情、美味的感觉。
- 加上红宝石色的果酱在白色的冰淇淋上，给人一种香甜、诱人的视觉感。
- 将产品直接摆放在右下角，以最直观的宣传方式将其口味类别展现在人们面前，进而增强版面的宣传力度。

7.7 色彩语言与情感的表达

色彩所带来的设计语言是由空间图形以及相应颜色所传播出来的，色彩具有良好的信息传播功能，不仅在于产品信息的表达，更多的是能够传递情感或文化。



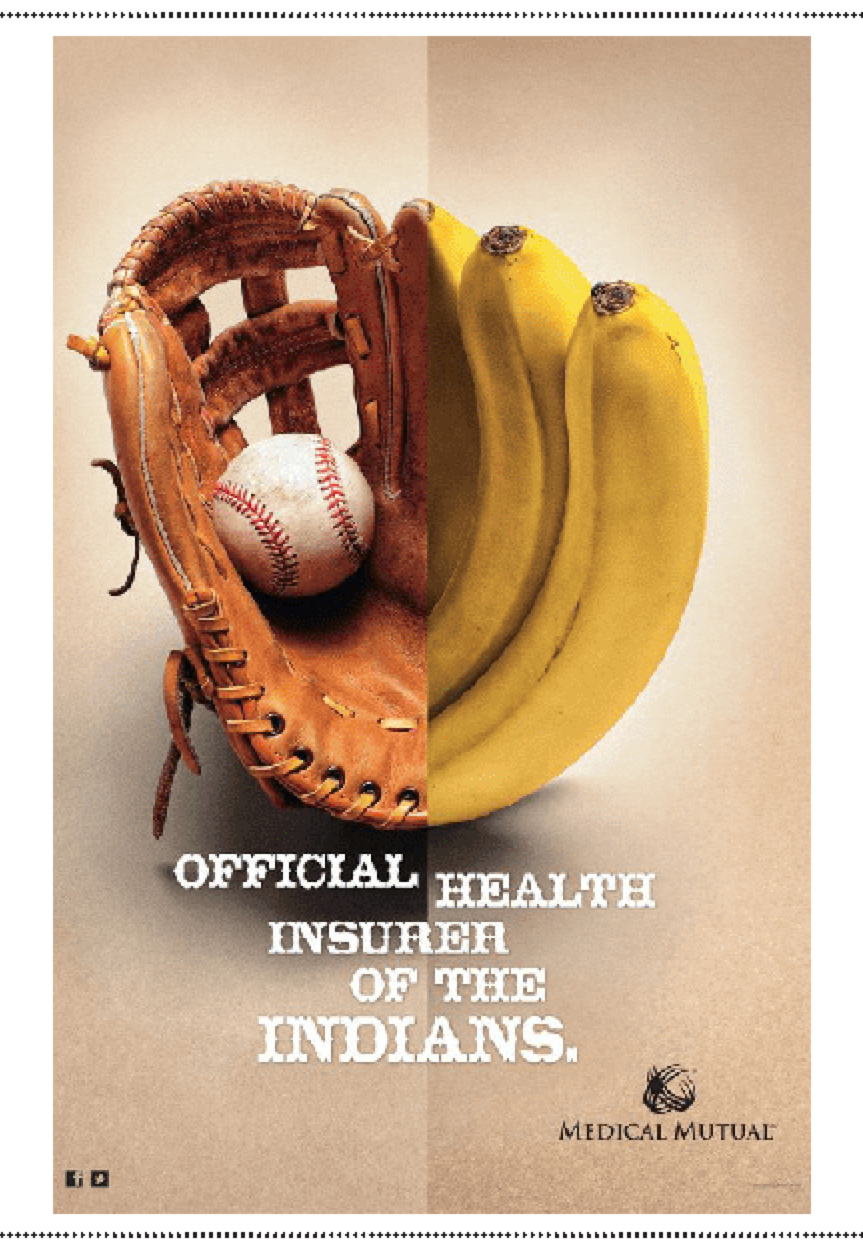
这是一款游戏的界面设计。

- 画面中，以深蓝色星空作为背景，给人以空间上的延伸感，给人一种深邃、神秘的感觉。
- 前景的红色卡通形象展现出激烈、奋进之感，紫色形象搞怪，黑色卡通形象生动的模拟炸弹，不同颜色的形象表现不同的角色特征。
- 表情不一的卡通形象极具吸引力，给人一种想进一步了解的欲望。



这是一款红酒的包装设计。

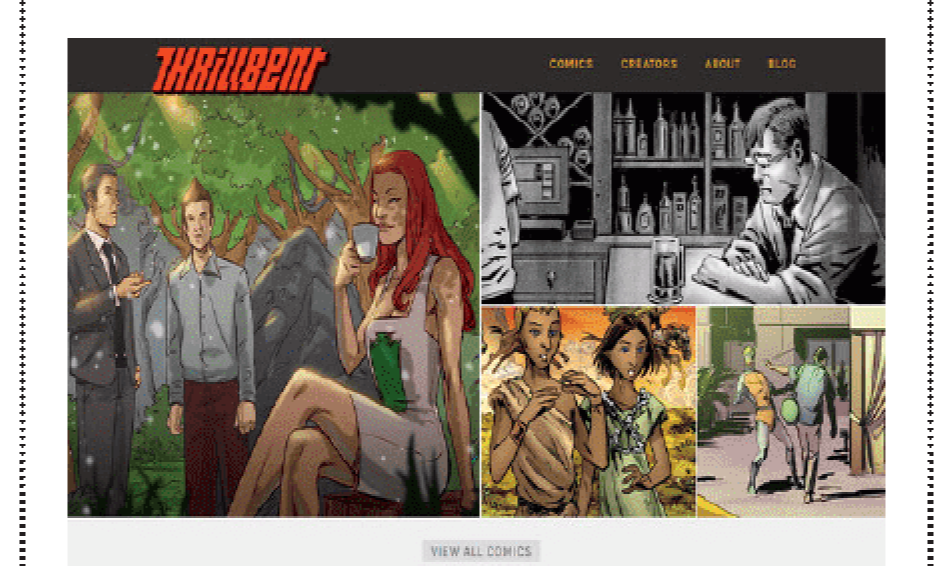
- 该包装采用鲜红色为主色，给人以热情、火辣之感，鲜红色的包装极易刺激人的眼球。
- 包装上装饰着蕾丝式的网袋与瓶身完美的结合，极具魅惑感。
- 瓶颈笔直，瓶身圆润，给人一种女性的肢体美感。



这是一款健康保险公司的创意广告作品。

- 画面整体采用暖调的肤色、褐色、土黄色，给人以温和、平静、安全之感。
- 该作品采用分割式构图，将画面从中心处一分为二。
- 画面左右分割的两部分分别采用不同明度的褐色为背景，将棒球手套与香蕉相互结合，整个画面极具创意。
- 文字的编排错落有序，突出主题的同时也加强了广告的宣传力度。

	该案例为现代风格的室内设计。 ● 该作品采用道奇蓝色为主色调，整体空间给人一种悠闲、轻松、惬意的视觉感受。 ● 加上红色、橙色、绿色的桌椅做点缀，使得空间变得不单调，且增添了时尚、别致的韵味。 ● 阳光从四面的窗户照射进来，使画面空间感更加强烈。
	这是一款太阳眼镜的创意广告设计。 ● 作品中的人物形象及背景是由不同形状的色块与条纹构成的，给人一种眼花缭乱的视觉感。 ● 该画面采用了丰富的色彩，且色彩搭配和谐饱满，进而增强观者的兴趣感。 ● 人物的头像有较大的色块构成，颜色丰富，视觉冲击力极强。 ● 采用白色的标题文字中和了画面的喧闹感，且与整体画面相搭配，整体画面和谐统一。
	这是一款女士鞋的创意广告设计。 ● 画面中人物跳跃的造型，展现年轻人的活泼、愉悦的性格。 ● 画面采用青蓝色为背景墙，让画面充满明快、冷静的视觉感。 ● 洋红色、黑色到优品紫红的过渡，搭配得十分和谐，给人轻松、活泼又不失优雅的感受。 ● 左下角摆放规整的淡蓝色的主题文字，与背景墙颜色相呼应，使得整体画面和谐、统一。



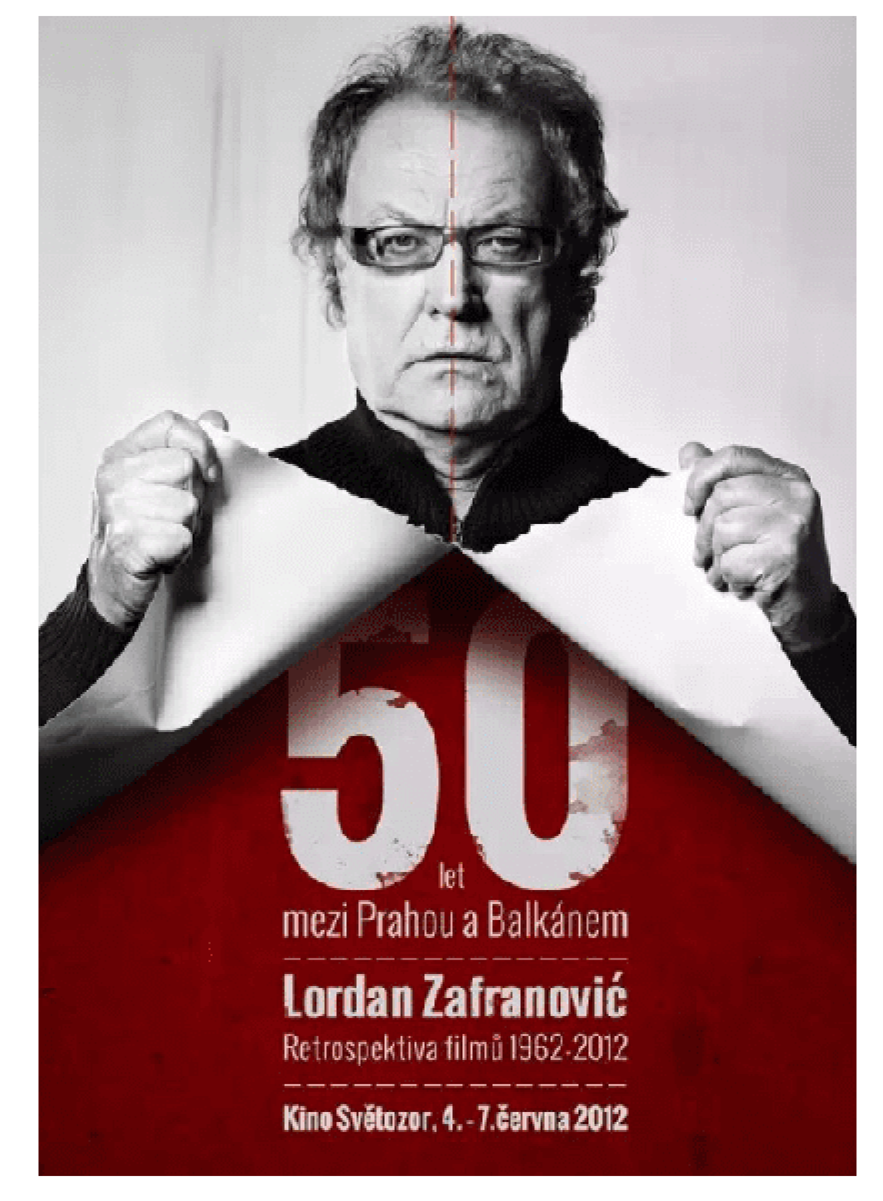
这是一款漫画风格的网页设计。

- 宽屏的页面设计充分地利用了网页的空间感，给人一种舒展、开阔的视觉体验。
- 网格线区分了不同的漫画，增加了画面的趣味性，使画面更生动、更具艺术感。
- 在该网页中，颜色种类比较丰富，为了避免颜色过多导致的混乱，采用了大量的高级灰的色彩。搭配灰色的导航栏，中和画面整体色调，增加了视觉的稳定性。
- 高级灰的画面往往给人怀旧的故事感。



这是一款啤酒的创意广告设计。

- 画面采用黄绿色系渐变色调为背景色。黄绿色本身就是春夏季特有的颜色，应用在画面中给人一种青春、活力的视觉感。
- 将产品倾斜着摆放在视觉中心，以鲜花、动物等元素围绕啤酒进行点缀，极具创意，且趣味性十足。
- 品牌 LOGO 与主题文字规整的摆放在左上角，与下方的产品相呼应，起到平衡画面和 宣传产品的作用。



这是一款创意海报设计。

- 该海报在版式设计中采用了对称型版式。以红色虚线为中轴线，左右两侧相对称，具有较强的稳定感。
- 画面以偏暗的红搭配黑白灰，红色的情感传达显得尤为激烈，搭配人物的表情，作品情绪可谓喷薄而出。
- 画面上方灰色人物“手撕”海报的造型，极具创意。阴影效果的增加使其与下方红色图层之间形成了较为强烈的空间层次感。

7.8 巧用细节打动人心

在设计作品中，整体的版式布局以及配色方案制定之后，想要打动人心就要从细节入手，可以是细节处元素的安排，或者是细小区域点缀色的安排。



这是一款游戏的登录界面设计。

- 画面可以清晰地了解到游戏的内容。而表情丰富的卡通形象为画面增添了强烈的趣味性。
- 画面以石青色为主色调，加以黄绿色和鲑红色为点缀色，给人一种热烈、激情的视觉感。
- 游戏名字和LOGO与插画相呼应，起到宣传游戏的作用。
- 画面中的人物形象呈奔跑冲刺的动势，使整个版面产生了一种强烈的动感，与游戏的主题相呼应。



这是一款LED灯泡包装设计。

- 该产品包装外观将灯泡造型与冰淇淋、蛋糕等元素相结合，创意十足，为并不有趣的灯泡增添了一些趣味性，使人会心一笑。
- 包装分为三种款式，而三种包装的外观造型也不一样。简洁的设计风格与经济性的材料相结合，创造生动形象的画面。
- 在满足保护产品的前提下，以露出部分产品的方式向消费者直观地展示。



该案例为现代风格的室内设计。

- 该空间内，以浅卡其色与亮灰色为主色调，整体色调较为和谐，给人一种舒适、休闲、惬意的感觉。
- 而空间内装饰着蓝色的沙发，极为显眼，为色调单一的空间增添了一丝活力感。
- 彩色玻璃与墙面上的装饰画可谓是画面的亮点，些许的艳丽颜色为空间增加了活力与生机。

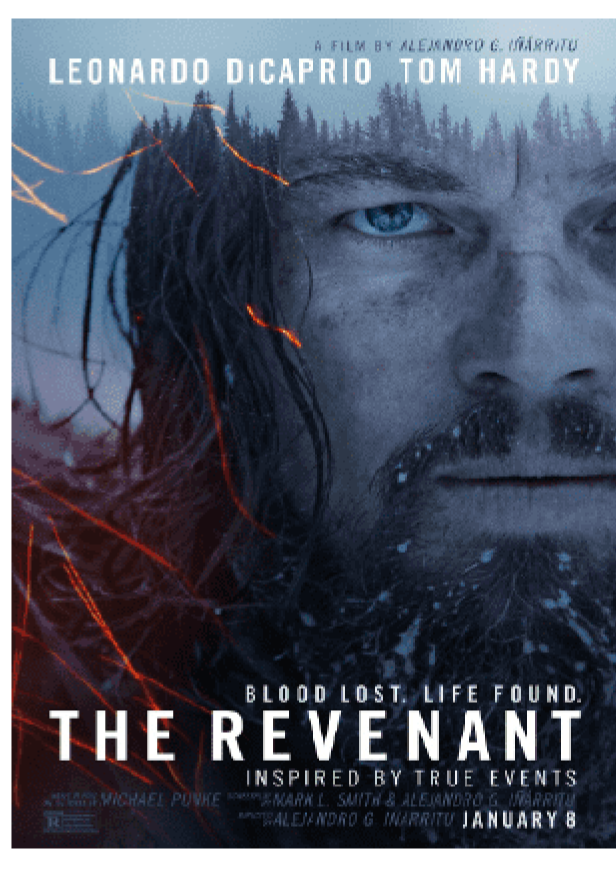
7.9 用自然色传达主题

自然色调是展现自然界的时间、季节的独特方式，它对于渲染气氛、传达人们的心理和情绪有着极强的表现力。



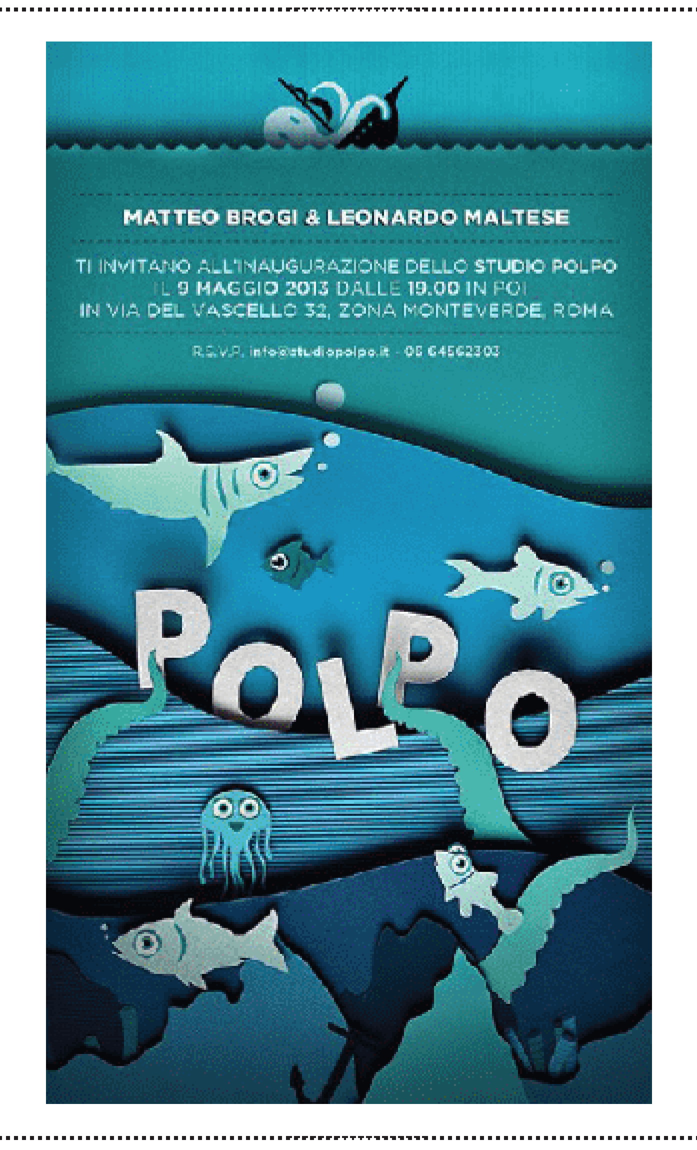
这是一款奇幻风格的浪漫主义摄影作品。

- 该作品整体选用了大自然中的诸多元素，给人一种既真实又梦幻的视觉感受。
- 整体色调采用代表自然的绿色，点缀黄色、橙色、红色的花朵，展现出清新、静谧的视觉印象。
- 整体画风和谐、唯美，充满与众不同的浪漫主义情怀。



这是美国剧情片《荒野猎人》的宣传海报设计。

- 画面以阴霾的冬季特有的青灰色为主色，展现一种沉寂、肃杀之感。
- 画面中满脸络腮胡的人物表情严肃地看向镜头，给人以故事情节的暗示。
- 画面中将人物与背景相融合，而人物胡子上沾着冰雪，营造了一种寒冷气息，同时也直观地展示了影片环境。



这是一款模拟剪纸风格的创意平面海报设计。

- 画面主要表现海底的元素，所以采用了深海的蓝作为主色调。
- 该作品通过不同的明度来表现远景、中景、近景，丰富了画面的层次感。